

FranceAgriMer

> Les synthèses de FranceAgriMer

juillet 2012 • numéro **7**

VINS /



LE MARCHÉ MONDIAL DES VINS EFFERVESCENTS



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

www.franceagrimer.fr
www.agriculture.gouv.fr

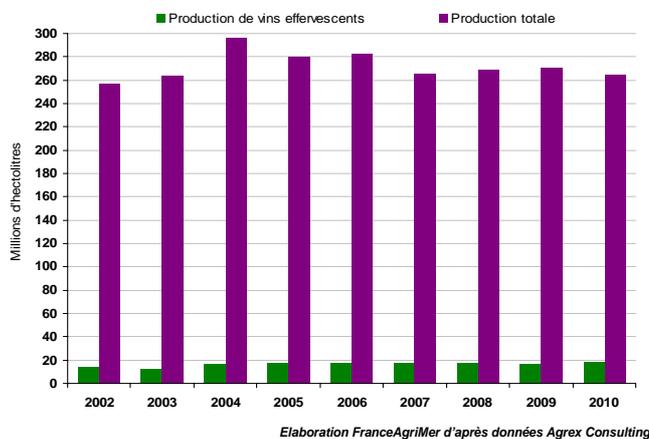
Le marché mondial des vins effervescents

Les vins effervescents n'échappent pas à la conjoncture économique difficile. Néanmoins le développement de leur marché ces dernières années interroge. En quoi l'effervescence différencie ? Qu'apporte-t-elle au vin ? Qui produit, qui exporte, qui consomme des vins effervescents dans le monde ? L'ensemble des statistiques internationales a été mobilisé pour éclairer la situation.

Production mondiale de vins effervescents en 2010 : 2,5 milliards de cols soit 7% de la production mondiale de vin.

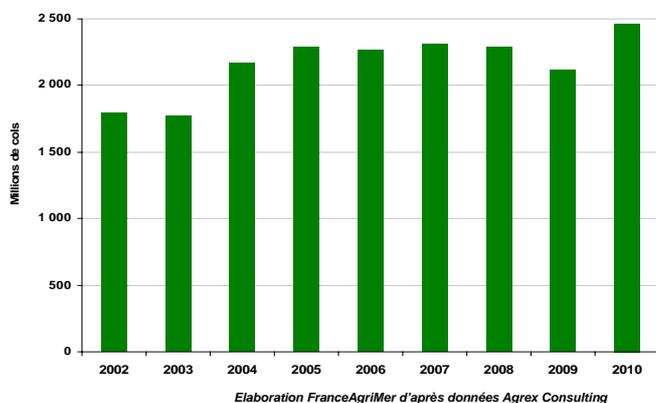
Alors que la production totale de vin est en baisse depuis 2005, celle de vins effervescents a progressé de 9% par rapport à la moyenne quinquennale. La production de vins effervescents représente 7% de la production totale de vin, part qui a tendance à légèrement progresser depuis 2002.

Production mondiale de vin
(Millions d'hectolitres, hors jus et moûts)



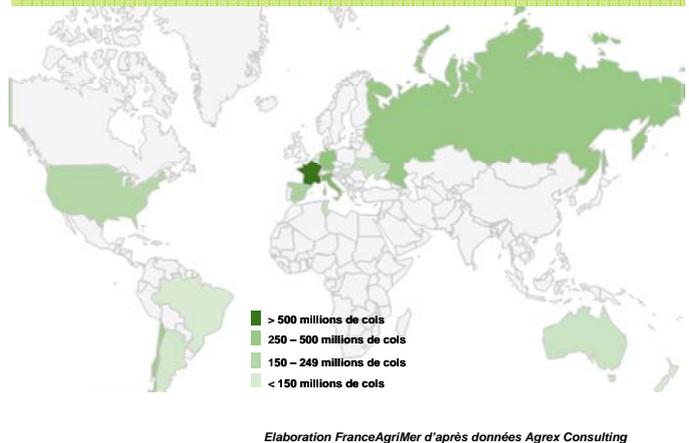
Au moment de la production, la destination du vin (tranquille ou effervescent) n'étant pas toujours connue et les techniques d'élaboration des vins étant différentes selon les pays ; la « prise de mousse » ne se fait pas forcément sur la zone de production. Aussi, les données de production de vins effervescents restent estimatives.

Production mondiale de vins effervescents
(Millions de cols)



La production de vins effervescents, qui recouvre une large diversité de typologies de vin (Champagne, prosecco, cava, sekt ...), est essentiellement européenne.

Pays producteurs de vins effervescents en 2010
(Millions de cols)



La France (26% de la production mondiale de vins effervescents) est le premier producteur avec 640 millions de cols en 2010 soit environ 10% de sa production totale de vin. Le Champagne représente 50% des volumes de vins effervescents produits.

Avec 380 millions de cols, **l'Italie** est le deuxième producteur de vins effervescents, le Prosecco représentant environ 25% des volumes.

L'Allemagne est d'une part producteur de vins effervescents et d'autre part élaborateur (prise de mousse à partir de vins tranquilles importés). En 2010, l'Allemagne produirait ainsi un peu plus de 330 millions de cols de vins effervescents.

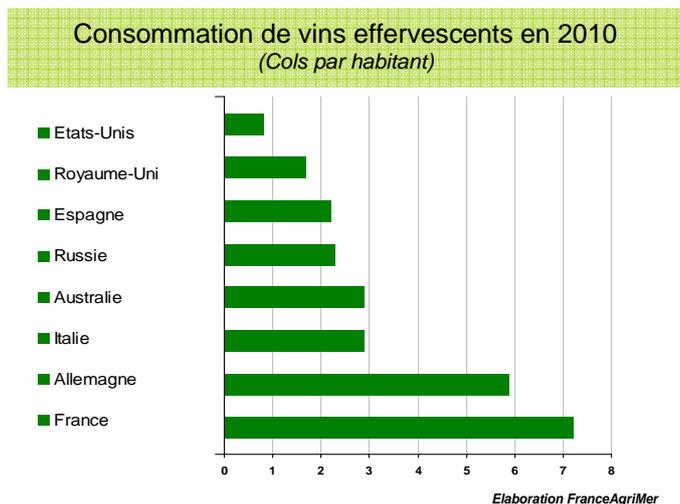
La consommation de vins effervescents à majorité européenne se développe aussi sur les autres continents.

Après une période de baisse due au sur-stockage et à une baisse momentanée de la consommation des ménages, les vins effervescents sont repartis à la hausse, même sur les marchés matures.

L'Allemagne et la France sont les premiers consommateurs de vins effervescents au monde. Selon l'estimation de la consommation apparente de vins effervescents, l'Allemagne arrive en tête avec 480 millions de cols suivie de près par la France (460

millions de cols). Arrivent ensuite la Russie, les Etats-Unis, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Espagne.

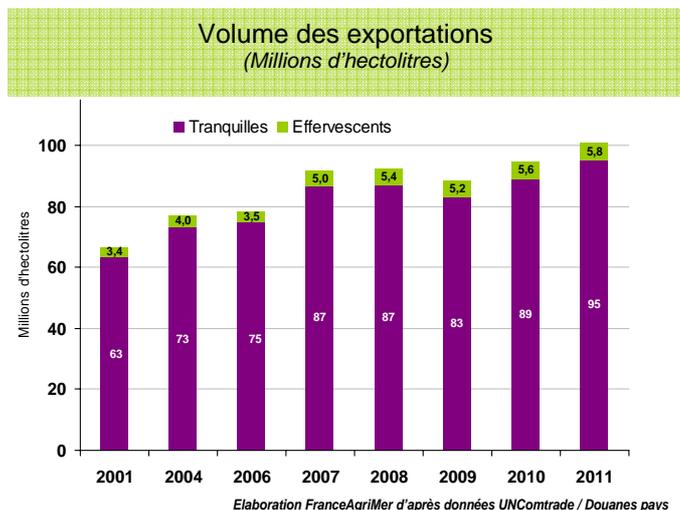
Rapporté au nombre de bouteilles par habitant, la France se place encore une fois première du classement, affichant une consommation moyenne de 7 bouteilles par an. Les allemands suivent avec 6 bouteilles par an, et les italiens arrivent en troisième position avec seulement 3 bouteilles par an.



La consommation de vins effervescents est synonyme de fête, de convivialité et est soumise à une forte saisonnalité de fin d'année. Le marché des vins mousseux dépend beaucoup du comportement du Champagne. Cependant, quand les prix de ce dernier montent, certains types de consommateurs se tournent plus volontiers vers les vins mousseux.

Les échanges mondiaux de vins effervescents : en forte croissance depuis 2001

Malgré un recul en 2009, les flux internationaux de vins effervescents approvisionnant les marchés consommateurs ont progressé de 70% depuis 2001. 30% de la production de vins effervescents traversent une frontière avant d'être consommés (contre le tiers pour le total vin). Les vins effervescents ont donc une forte tendance à s'internationaliser.

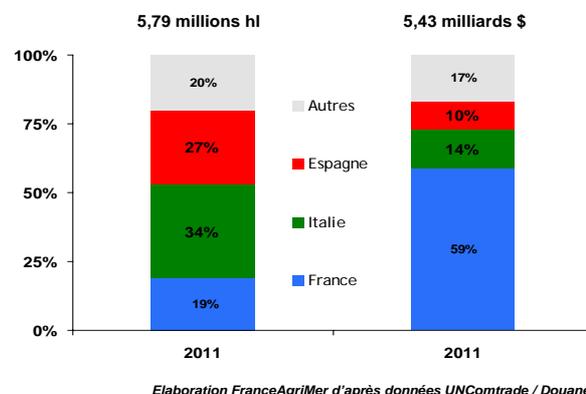


En 2011, les exportations de vins effervescents représentent 6% en volume et 17% en valeur des exportations mondiales tous vins (respectivement 5,8

millions d'hectolitres et 5,4 milliards de dollars). Les exportations de Champagne qui représentent à peine 1% des exportations mondiales en volumes totalisent cependant près de 10 % en valeur.

Principaux pays exportateurs de vins effervescents

(Part de marché volume et valeur)



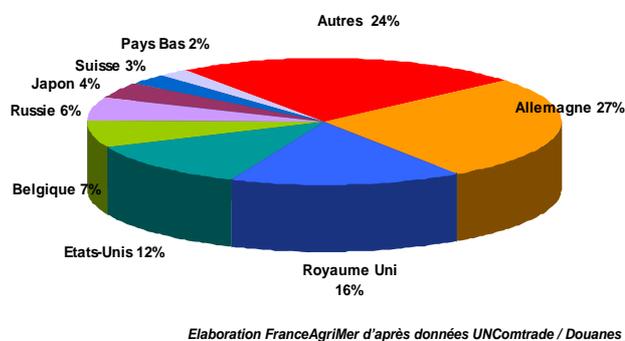
La France, l'Italie et l'Espagne totalisent à eux trois 80% des volumes de vins effervescents exportés. Cependant la répartition entre ces pays a évolué ses dix dernières années en particulier au profit de l'Italie, premier exportateur, qui a gagné 10 points de parts de marché volume. La part de marché de la France qui était alors de 33% en 2001 n'est plus que de 19% aujourd'hui. Malgré ce recul, la part de marché valeur de la France reste très élevée (59% contre 67% en 2001) en particulier grâce au Champagne qui représente 92% de la valeur des effervescents français exportés.

Un profil différent pour les 3 principaux marchés

Les principaux pays importateurs de vins sont les pays consommateurs non producteurs. L'Allemagne est avec 200 millions de cols d'effervescents importés, le premier marché pour ces vins, suivi par le Royaume uni et les Etats-Unis.

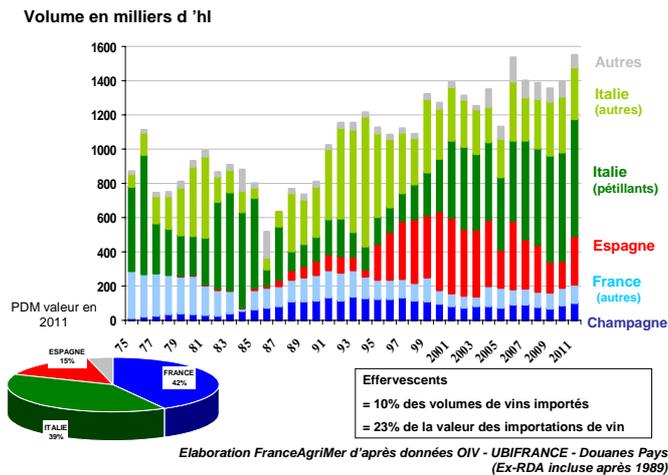
Pays importateurs de vins effervescents en 2011

(en % volume)



A noter que les pays comme la Belgique et les Pays Bas sont des plateformes de réexportations ; des variations importantes peuvent alors être constatées d'une année à l'autre, d'où la difficulté d'analyser ces données. Par ailleurs, la Russie est certainement un importateur conséquent en volume mais les données restent indicatives compte tenu des « difficultés douanières ».

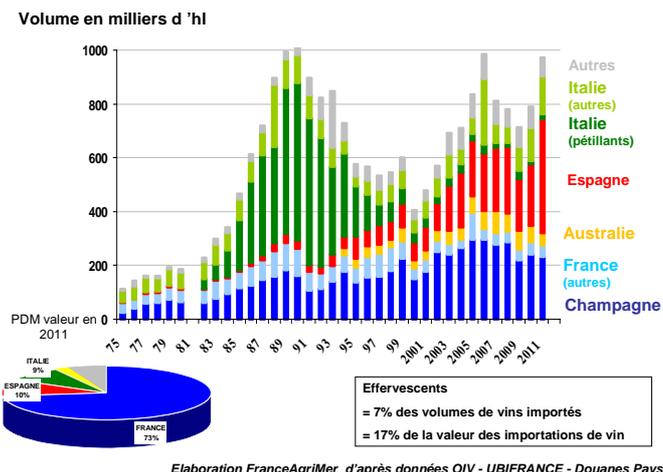
Allemagne : Importations de vins effervescents 1975 - 2011



L'Allemagne, grand marché consommateur de vin, est un marché de prix. Cette constatation est également vraie pour les vins effervescents puisque l'Allemagne, premier importateur en volume n'est que le 3ème importateur en valeur.

Les vins italiens et plus particulièrement les pétillants sont très présents (respectivement 64% et 44%) sur le marché allemand alors que les vins français (Champagne compris) ne représentent que 13% (42% en valeur). Sur ce marché en croissance, on note l'arrivée des vins espagnols depuis le milieu des années 90.

Royaume-Uni : Importations de vins effervescents 1975 - 2011

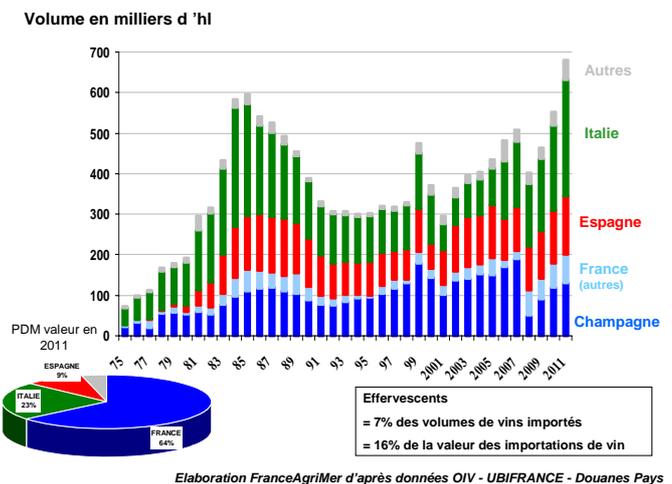


Le marché britannique est un des principaux marchés d'importations de vin. Avec une consommation globale de 21 litres par habitant, c'est le premier marché importateur de vin en valeur mais c'est également le marché importateur sur lequel les opérateurs du Nouveau Monde arrivent à enregistrer la pénétration la plus importante

Les vins effervescents français y sont bien présents puisqu'ils représentent 28% des importations en volume (75% en valeur). Contrairement au marché

allemand, l'arrivée des vins espagnols s'est produite, sur un marché en berne, au milieu des années 90 au détriment des vins italiens. Depuis le début des années 2000, les importations sont reparties à la hausse mais les vins italiens n'ont pas récupéré leurs parts de marchés. Comme pour le marché tous vins, on note la présence de pays du nouveau monde et notamment de l'Australie.

Etats-Unis : Importations de vins effervescents 1975 - 2011



La consommation américaine de vin, est marquée par l'influence de la population italienne (restaurants, cuisine, ...). Cette remarque est également valable pour les vins effervescents puisque les vins italiens représentent 42% des importations. Les vins français y sont également bien présents puisqu'ils pèsent 30% en volume et 64% en valeur. Les parts de marché de chacun des pays restent stables ces dernières années.

Focus 2011 sur le marché national¹

En France, les boissons effervescentes représentent le tiers des boissons achetées par les ménages pour leur consommation à domicile. Ces boissons, à commencer par l'eau gazeuse, connaissent un développement commercial important. Le marché des vins effervescents s'inscrit dans ce contexte. Il s'appuie sur trois grandes catégories de produits : le Champagne, les vins mousseux d'appellation et les autres vins mousseux. Les positionnements complémentaires de ces produits assurent une stabilité globale du segment.

Les entreprises françaises élaborent environ de 550 à 600 millions de cols de vins mousseux, dont un quart sans appellation et trois quarts de VMQPRD (76% de champagne, 13% de crémants et 11% d'autres AOC). Un tiers des volumes est exporté, les deux tiers restants sont destinés au marché intérieur.

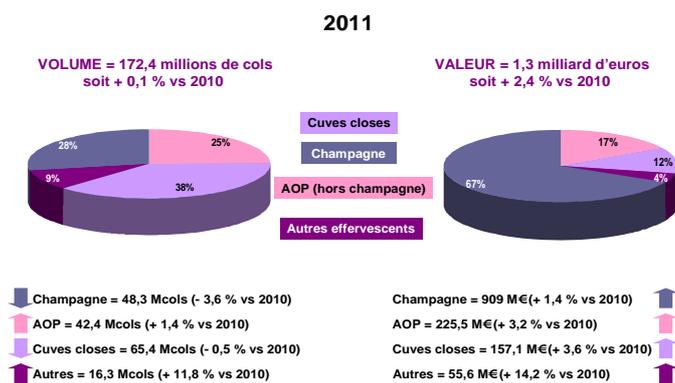
La croissance des vins effervescents est importante ces dernières années, toutefois, en 2011, les ménages français ont légèrement diminué leur consommation de

¹ Pour en savoir plus : <http://www.franceagrimer.fr/filiere-vin-et-cidriculture/Vin/Informations-economiques/Etudes-et-syntheses>

vins effervescents. En effet, en 2011, un ménage français sur deux (contre 52% en 2010) a acheté au moins un vin effervescent pour sa consommation à domicile. Le nombre moyen de cols achetés sur l'année est de 9,7 (source Kantar).

Ces vins effervescents ont principalement été achetés en grande distribution, avec 68 % des achats effectués en hypermarchés et supermarchés et 16 % en hard discount. Les autres, soit 16 % des achats, ont été effectués en magasins spécialisés, vente directe et « autres circuits ».

Le marché des vins effervescents en grande distribution (hors HD)

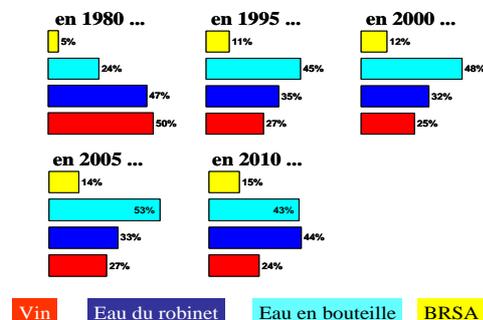


Elaboration FranceAgriMer d'après données Symphony IRI

En grande distribution, où plus de 8 effervescents sur 10 sont achetés, les ventes 2011 de vins effervescents restent quasiment stables en volume avec 172,4 millions de cols et progressent en valeur s'établissant à 1,3 milliards d'euros. On note toutefois un recul des ventes de champagnes. Les effervescents AOP occupent la troisième position des ventes en GD, avec 25 % de parts de marché volume.

Enquête sur la consommation²

Évolution des boissons bues aux repas (repas moyen, % de consommateurs)



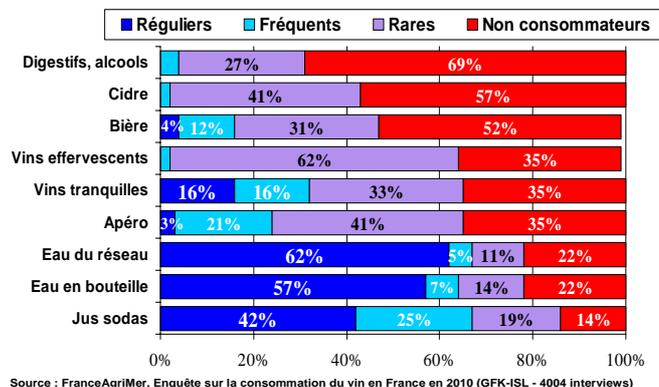
D'après l'enquête quinquennale sur la consommation, les 4 boissons significativement importantes sont celles qui sont consommées au cours des repas (eaux, jus vin).

² 4004 personnes âgées de 15 ans et plus, interviewées à leur domicile en face à face

En France, la part des boissons effervescentes s'accroît, en tendance mais cette progression relative est stimulée par un recul de l'eau plate en bouteille.

Contrairement à ce que l'on a pu observer sur les vins tranquilles, on note qu'il n'y a pas de distinction homme / femme sur la consommation de vins effervescents.

Fréquence de consommation de boissons en 2010



Perspectives

La mise en perspective des évolutions des échanges sur les dernières décennies démontre que les progressions de marché ne sont pas linéaires et que les rebonds succèdent aux périodes de crise. Le marché des vins effervescents est concentré sur quelques pays de destination, approvisionnés principalement par l'Italie, la France et l'Espagne. Le potentiel d'expansion reste donc important.

Cette étude démontre le dynamisme du marché des vins effervescents dans bon nombre de pays du monde et son lien fort avec les occasions festives de la vie.

Les relais de croissance de ce marché sont :

- **La couleur** : les vins effervescents rosés. Le nouvel axe « émergeant » couleur : celle de la boisson elle-même ou de son packaging avec une grande variété de teintes allant jusqu'aux couleurs fluo.
- **Les formats** : les petits formats pour favoriser une consommation hors domicile ou individuelle.
- **Les pays** : les pays d'Europe de l'Est très amateurs de vins mousseux.
- **Les moments de consommation** : le passage d'une consommation festive à une consommation plus régulière (apéritif ...). (Exemple de l'Australie)

Méthodologie

Etude réalisée en 2012 par l'unité cultures et filières spécialisées de FranceAgriMer. Les données présentées sont issues de différentes sources référencées dans cette synthèse.

Contacts

jennifer.thomas@franceagrimer.fr
caroline.blot@franceagrimer.fr



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
DE L'AGROALIMENTAIRE
ET DE LA FORÊT