



Attentes des principaux marchés cibles des vins français vis-à-vis de l'offre française

SUÈDE

La Suède fait partie des importateurs clés de vins tranquilles et effervescents, pour lesquels la consommation de vin progresse bien, mais où les vins français, bien que bien positionnés, sont de plus en plus concurrencés. Dans ce contexte, les professionnels de la filière ont souhaité recueillir une analyse quantitative des évolutions de la consommation des vins par circuit et par catégorie depuis 2011, ainsi qu'une analyse qualitative de la segmentation de l'offre et des volumes vendus par prix et catégorie pour différents circuits de distribution avec le positionnement des vins français.

Afin de répondre à cette demande, FranceAgriMer et le CNIV ont décidé de lancer une étude. Pour cette étude, financée par FranceAgriMer, les cabinets Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant ont été sélectionnés. La méthodologie retenue pour l'étude s'est déployée en deux temps :

- Une première analyse des tendances de la consommation des boissons alcoolisées, et une reconstruction des circuits de distribution des vins tranquilles et effervescents à partir d'une analyse documentaire approfondie (revues et sites spécialisés, observatoires pays, panels et études *ad hoc*).
- Une reconstitution aussi précise que possible de la segmentation actuelle des prix et du positionnement des vins français, pour quatre catégories (vins tranquilles rouge, blanc, rosé, et vins effervescents) et par circuit de distribution (Grande Distribution, Hard-Discount, Caviste, Café-Hôtel-Restaurant). Cette reconstitution s'est d'abord basée sur des données du monopole et des relevés d'offres auprès d'opérateurs représentatifs du marché par circuit, permettant de réaliser une première segmentation prix. En réalisant 20 entretiens en Suède auprès d'importateurs et acheteurs clés pour chaque circuit, ces segmentations prix ont été affinées, les parts de marché en volume par segment ont été estimées et le positionnement des vins français précisé.

La présente synthèse vise à mettre en avant les tendances clés à l'œuvre par circuit de distribution et à présenter le positionnement des vins français par gamme de prix et par couleur/catégorie. Les informations plutôt relatives à des appellations sont utilisées à titre d'illustration dans les rapports complets par pays.



1. Tendances et circuits de commercialisation du vin

En Suède, le SystemBolaget a le monopole de la vente au détail des boissons ayant un taux d'alcool supérieur à 3,5 %. En 2016, entre 80 % et 85 % des ventes d'alcool au détail sont effectuées *via* ce système de distribution. Ces ventes ont représenté 28,469 millions de SEK (27,645 millions d'euros), pour un volume de 479,5 millions de litres.

La bière est, comme dans beaucoup de pays, le premier alcool consommé en Suède, avec 240 millions de litres en 2016. Toutefois, sa consommation stagne depuis quelques années, tout comme celle du vin, qui n'a pas connu d'évolution significative depuis 2009. À l'inverse, les spiritueux, le cidre et les autres alcools, bien qu'encore faiblement consommés, sont en augmentation.

Les ventes de vin en volume ont augmenté de 0,9 % pour atteindre 199,4 millions de litres en 2016. Le vin conditionné en Bag in Box ou Tétrapack domine les ventes, avec une part de marché de 52 %, en diminution au fil du temps au profit des ventes en bouteilles en verre. Celles-ci sont principalement portées par la croissance des ventes de vin mousseux, catégorie exclusivement vendue dans ce type de contenant.

En 2016, les ventes de vin rouge représentaient 101,7 millions de litres, en baisse de 1,3 %. À l'inverse, les ventes de vin blanc ont augmenté de 1,4 %, atteignant 62,4 millions de litres, quand les ventes de vin rosé ont atteint 15,1 millions de litres. Le vin mousseux a réalisé de loin la plus forte croissance dans la catégorie des vins, avec des ventes en hausse de 16,5 %, soit un volume total de 14,6 millions de litres. Cette évolution est notamment portée par la nette augmentation des ventes de Prosecco (+ 31 % en 2016), loin devant les ventes de Champagne (+ 6 % en 2016).

Estimation de la consommation apparente du vin par circuit en 2017

(M hL pour million d'hectolitres)



Sources : Kan report (System Bolaget), données GTA, 2017

Remarque : Les imports nets intègrent également les volumes des achats transfrontaliers dits « Border shopping »

Avec une part de marché de 39,4 %, l'Italie est la principale origine des importations de vin rouge, notamment avec le Zinfandel. Concernant les autres provenances, les statistiques montrent peu d'écart entre l'Espagne, l'Afrique du Sud, l'Australie, la France, le Chili et les États-Unis, qui ont des parts de marché comprises entre 7,1 % et 10,6 %. Enfin, les ventes de vins rouges très secs ont augmenté de



7 % en volume pour atteindre 35 millions de litres. Parallèlement, les ventes de vin avec au moins 10 g de sucre par litre ont également progressé de 2 %, atteignant 19 millions de litres. L'Afrique du Sud reste la première origine d'importation du vin blanc, avec une part de marché de 19,4 %. Elle est suivie par la France, qui vend presque deux fois plus de volume que l'Espagne, classée sixième. Enfin, l'Italie occupe la troisième place, avec une part de marché de 12 %. L'intérêt pour les vins rosés de style provençal reste marqué, mais les provenances non-européennes prennent des parts de marché avec le développement de la consommation de rosé en Bag In Box. Ce type de conditionnement est presque exclusivement fourni par le Nouveau Monde qui propose des vins rosés dans un style plus fruité. De plus, la Suède est le premier pays européen consommateur de vin bio. Un consommateur suédois sur deux a déjà eu l'occasion de goûter un vin bio contre un Britannique sur cinq. L'environnement est le principal critère déterminant l'achat de vin bio, suivi par les habitudes de consommation et par l'attention portée à la santé.

Afin de lutter contre la pollution de l'environnement, une redevance supplémentaire a été instaurée, en 2016, sur les emballages des vins tranquilles, visant à inciter les producteurs à réduire le poids des bouteilles de vin vides. Le monopole suédois exige désormais le paiement d'une redevance sur les bouteilles vides excédant 420 grammes. Cette taxe s'applique depuis les vendanges 2016 pour le vin millésimé et depuis le 1^{er} janvier 2017 pour le vin non millésimé livré à Systembolaget. Les vins tranquilles et effervescents ont des taux d'accises variables en fonction du degré d'alcool par hectolitre : entre 919 SEK (2,25 à 4,5 % d'alcool) et 5 479 SEK (15 à 18 % d'alcool). Les spiritueux, quant à eux, ont tous le même taux d'accise à l'hectolitre (51 659 SEK). Les autres produits ont des taux d'accises qui varient aussi en fonction du degré d'alcool par hectolitre : 3 299 SEK en dessous de 15 % et 5 479 au-dessus de 15 %.

2. Dynamique des importations de vin

	Vin tranquille < 2 L	Vin tranquille > 2 L	Vin effervescent
Volume 2017 (M L)*	91	105	20
Évolution volume entre 2011 et 2017	+ 6 %	+ 9 %	+ 92 %
Taux de croissance annuel moyen entre 2011 et 2017	+ 1 %	+ 1 %	+ 11 %
Évolution prix €/L entre 2011 et 2017	+ 10 %	+ 9 %	- 7 %
Taux de croissance annuel moyen entre 2011 et 2017	+ 2 %	+ 1 %	- 1 %
Top 5 exportateurs Volume en 2017 (M L) et évolution volume entre 2011 et 2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 22,6 / + 37 % • France : 20,2 / + 60 % • Espagne : 9,7 / - 11 % • Allemagne : 9,3 / + 16 % • Chili : 4,7 / - 24 % 	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 23 / + 39 % • Afr. du Sud : 17,2 / - 43 % • France : 12,6 / + 203 % • Espagne : 10,8 / + 20 % • Chili : 7,8 / + 20 % 	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 7,6 / + 325 % • France : 5,1 / + 59 % • Espagne : 5 / + 190 % • Hongrie : 0,7 / - 71 % • Royaume-Uni : 0,6 / + 1428 %

Source : GTA

* M L pour millions de litres

On observe les mêmes tendances pour les vins tranquilles < 2 L et > 2 L, qui ont vu leurs importations augmenter respectivement de 6 % et 9 % sur la période 2011-2017. Sur les deux catégories, l'Italie, en augmentation sur la période, occupe le premier rang. On retrouve les vins français, en deuxième position sur la catégorie < 2 L et en troisième position sur la catégorie > 2 L. Les importations françaises ont considérablement augmenté sur la période 2011-2017 (+ 205 % pour les vins > 2 L et + 58 % pour



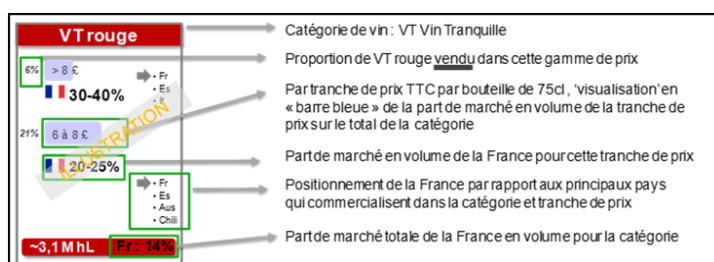
les vins < 2 L). L'Afrique du Sud est surtout positionnée sur les vins tranquilles en contenants supérieurs à 2 litres, dont les importations ont fortement diminuées : - 43 % sur la période 2011-2017.

Pour les vins < 2 L, les vins américains sont les plus chers (6 €/L en 2017). Puis, on retrouve la majorité des pays avec un prix moyen situé entre 3 €/L et 4,5 €/L (prix moyen des importations françaises). Pour les vins > 2 L, les prix moyens sont situés en-dessous des 2 €/L, exceptés pour les vins français (2,01 €/l) et les Etats-Unis (2,21 €/L)

Les importations de vin effervescent sont en forte augmentation depuis 2011. L'Italie domine ce marché : elle a connu une très forte croissance en multipliant de plus de 6 fois ses importations sur la période étudiée. C'est le Prosecco qui est aujourd'hui le vin effervescent le plus vendu (28 % du marché des vins effervescents). Derrière l'Italie, ce sont la France (avec le Champagne) et l'Espagne (majoritairement du Cava) qui se partagent le reste du marché, la France ayant une croissance moins importante que l'Espagne depuis 2011. On ne retrouve pas beaucoup de vin effervescent provenant d'autres pays que ces trois-là.

Au niveau du positionnement prix, la France est bien au-dessus des autres pays, avec un prix moyen de 12 €/L environ, alors que l'Italie et l'Espagne ont un prix moyen aux alentours de 4 €/L.

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 recueillis auprès d'acteurs du circuit.

Taux de change utilisé : 1 EUR = 10,22 SEK (2018)

SystemBolaget

SystemBolaget est le monopole d'État pour la vente de boisson contenant plus de 3,5 % d'alcool. Il fonctionne selon des règles qui peuvent différer de celles appliquées par la Grande Distribution :

- Tous les produits sont vendus à l'unité.
- Les réductions qui encouragent l'achat de plus grandes quantités d'alcool ne sont pas autorisées.
- Aucun produit ne peut être mis en avant.

• Vin en bouteille

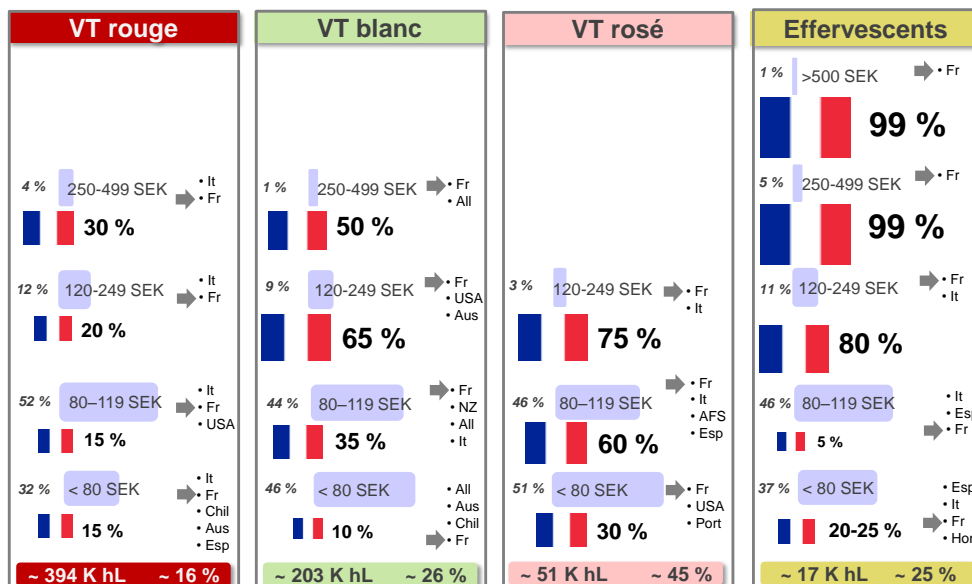
Pour le vin rouge, la France reste un des principaux pays fournisseurs, derrière l'Italie, avec une part de marché plus faible que pour les autres couleurs de vin. Plus les prix augmentent, plus les vins français gagnent des parts de marché, au détriment de tous les autres pays, hormis l'Italie, très bien positionnée y compris sur les segments de prix élevés.

Pour les vins blancs, on observe également une prédominance des vins français, sur les tranches de prix élevées, avec des parts de marché respectives de 65 % et 50 % sur les segments entre 120 et



249 SEK et entre 250 et 500 SEK. Sur cette couleur, les vins italiens sont moins présents que pour les vins rouges.

Estimations des ventes de vin (bouteilles) en volume par tranche de prix chez SystemBolaget



Source : SystemBolaget, 2017

C'est sur les tranches de prix les plus élevées que le rosé français a la plus grande part de marché. Sur la tranche de prix 80-120 SEK, qui représente 46 % des volumes vendus, le rosé français est leader avec 60 % de part de marché. Le rosé de Provence est vraiment une référence forte sur le marché suédois.

Sur les tranches de prix < 80 SEK et 80-120 SEK, le vin effervescent français ne représente que respectivement, 20-25 % et 5 % des volumes vendus. Ainsi sur ces tranches de prix, le Crémant et les autres vins effervescents français sont très fortement concurrencés par le Prosecco et le Cava, qui sont peu coûteux et plutôt tendances. En revanche, sur les tranches de prix supérieures à 120 SEK, le Champagne est largement leader du marché.

• Vin en BIB

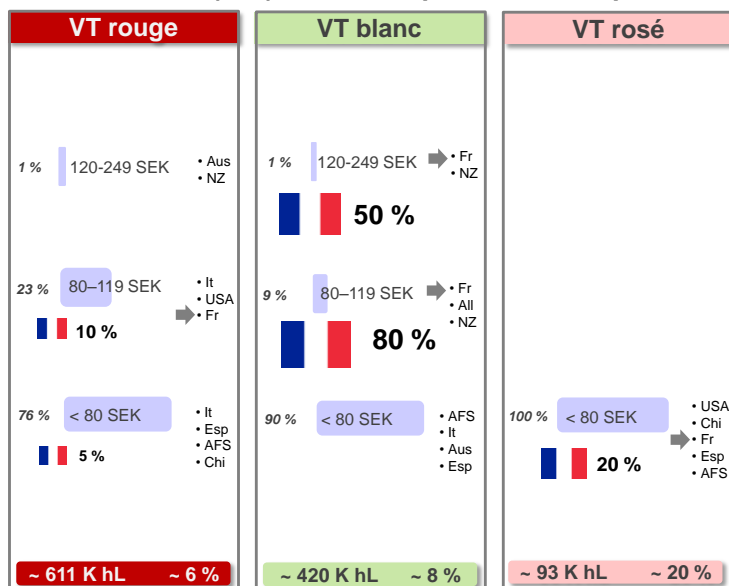
La France n'est presque pas présente sur le marché du vin rouge en BIB. Sur la tranche de prix < 80 SEK, qui représente 75 % du marché, la part de marché des vins français n'est que de 5 %. Pour la tranche de prix 80-120 SEK, les vins français représentent 10 % du marché.

Pour le vin blanc, sur la tranche de prix < 80 SEK, qui concentre l'essentiel des ventes, le vin français représente une part infime du marché, tandis que pour la tranche de prix 80-120 SEK, il représente 80 % du marché. On retrouve également du vin allemand et néo-zélandais sur cette tranche de prix.

En Suède, la totalité des vins rosés en BIB est vendue en-dessous des 80 SEK. Pour le rosé, le vin français représente 20 % du marché total en BIB. Sur cette tranche de prix unique, la France concentre 20 % des ventes. De nombreux pays sont présents comme les États-Unis, le Chili, l'Espagne et l'Afrique du Sud, pays qui savent produire des vins peu coûteux.



Estimations des ventes de vin (BIB) en volume par tranche de prix chez SystemBolaget



Source : SystemBolaget, 2017

Cafés-Hôtels-Restaurants

Les restaurateurs passent en général par des importateurs pour s'approvisionner. À Stockholm et dans les grandes villes, les Suédois vont plus régulièrement au restaurant que le reste du pays. Auparavant limité aux week-ends, il est aujourd'hui commun de manger au restaurant en semaine dans les villes. En revanche, les zones rurales ne sont pas encore concernées par ce phénomène.

Les vins français et italiens sont les vins les plus populaires. L'Italie reste la première origine, mais de façon moins marquée que pour le SystemBolaget. Il y a des différences entre les origines de vin vendues par le SystemBolaget et celles vendues en restauration. Ainsi, les vins argentins et australiens sont peu vendus en restaurants. En effet, on trouve davantage de restaurants français, italiens et espagnols, qui achètent des vins de leurs propres origines, que de restaurants d'origines plus lointaines, hormis les restaurants asiatiques, mais ceux-ci préfèrent vendre de la bière.

La consommation d'alcool au restaurant reste très coûteuse. On trouve aussi bien du vin vendu à la bouteille qu'au verre. Maintenant, les Suédois veulent aussi pouvoir consommer des demi-verres dans les bars, afin de pouvoir goûter davantage de variétés de vins.

Le vin rouge français représente environ 30 % de l'offre sur toutes les tranches de prix. Sur les tranches élevées, cette présence est encore plus forte avec des vins de Bourgogne et de Bordeaux. Ce sont les vins italiens qui sont les principaux concurrents des vins rouges français.

Le vin blanc français est très présent sur ce circuit comme le traduit le poids de l'offre française sur les différentes tranches de prix. Le Chablis est un vin très demandé tout comme le Sancerre. Le vin italien est, là encore très présent, mais on retrouve aussi du vin allemand ou espagnol.

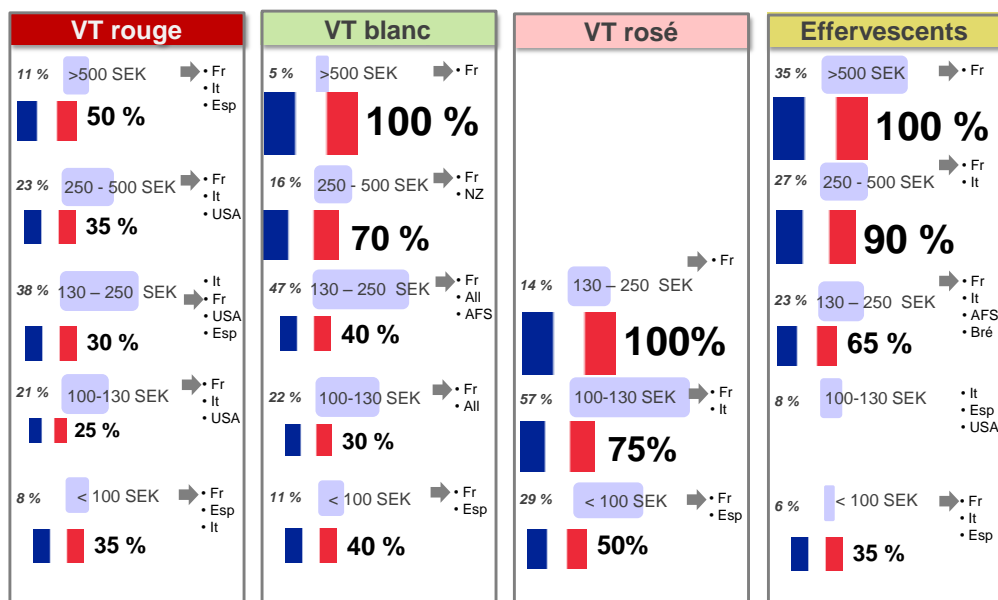
Le vin rosé n'est consommé qu'en période estivale et cette saisonnalité est encore plus marquée dans le circuit de la restauration hors domicile. Le rosé français est bien présent sur ce circuit. Le rosé de Provence est une référence pour le consommateur et les professionnels sont obligés de proposer ce vin s'ils veulent augmenter leurs ventes de rosé.

Les vins effervescents français sont fortement concurrencés sur l'entrée de gamme par le Cava et surtout par le Prosecco qui est « tendance » et qui est proposé par la plupart des professionnels.



Cependant, les Crémants de Loire et du Jura sont très appréciés dans les bars à vins. Pour les tranches de prix supérieures, le Champagne est le leader du marché. Il est très demandé, notamment dans les restaurants et discothèques.

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



Source : relevé d'offre, 2017

Attention, les pyramides ci-dessus représentent le nombre de références et non les ventes (contrairement aux autres circuits présentés) car les données recueillies ne permettent pas de reconstituer les pyramides de ventes.

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 :

- Le vin français bénéficie d'une forte notoriété en Suède et les consommateurs sont demandeurs de produits français. Cela pourrait permettre au vin français de devenir leader sur le marché CHR.
- Mettre en avant la « naturalité » du vin sur les étiquettes et dans le packaging.
- Proposer des étiquettes plus attractives comme peut le proposer le vin italien par exemple.
- Proposer une offre de vin plus importante en BIB.

Contacts



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

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