



Le Chili, 4^{ème} puissance économique d'Amérique du Sud

L'économie chilienne en croissance de 4,3 % par an depuis 10 ans.

Le PIB s'élève en 2015 à 386 milliards de \$US. Le taux de chômage est très bas à 6 % et le pays possède l'une des dettes publiques parmi les plus faibles au monde (24,8 % du PIB).

Enfin, l'inflation est maîtrisée et s'élève à 1,79 % pour l'année 2013.

Une économie largement ouverte mais fortement dépendante du commerce international

Sa balance commerciale est structurellement excédentaire. Ses exportations se sont établies à 77,4 milliards de \$US en 2013, elles concernent majoritairement le cuivre (57 % du chiffre d'affaires à l'export) et les produits agricoles (dont 32 % du chiffre d'affaires pour le seul secteur des fruits).

Ses exportations de biens et de services représentent 30 % du PIB. Il est à noter que l'année 2014 est marquée à la fois par un ralentissement de la croissance qui a été de « seulement » 1,7 % et une hausse du chômage. Ceci est directement lié au ralentissement de la croissance chinoise. En effet, l'économie du Chili est dominée par le secteur de l'industrie (35,3 % du PIB) et plus particulièrement par l'industrie minière (cuivre). Or, la Chine absorbe 45 % de la production mondiale de cuivre.

La taille réduite de son marché intérieur l'a conduit à développer de **nombreux partenariats commerciaux** dans le cadre d'organisations internationales et régionales visant à optimiser la libéralisation de ses échanges. Le Chili totalise 22 accords commerciaux privilégiés avec une soixantaine

de pays (ALADI¹, USA, UE, MERCOSUR, Chine, Japon, Inde, Corée du Sud, Mexique, Canada, Australie).

À l'image du secteur tertiaire, le tourisme est actuellement en plein essor. Le Chili a accueilli 3,7 millions de visiteurs en 2014 soit une hausse de 33 % en 5 ans.

Enfin, le secteur agricole s'élève à 3,4 % du PIB et emploie 10,3 % de la population active. Le secteur viticole fait partie des secteurs dynamiques.

CHILI

42^{ème} puissance économique mondiale
4^{ème} puissance économique d'Amérique du Sud

Chiffres-clés 2015 et prévisions

- 17,8 millions d'habitants (-1,1 %)
- 22 197 \$US PIB/habitant (+2,5 %)
- Dette publique 24,8 % du PIB
- 6,2 % taux de chômage
- Inflation +4,72 %

Répartition du PIB par secteur

61 %	35 %	3 %
Services	Industrie	Agriculture

Commerce extérieur

- 45^{ème} exportateur mondial
- 39^{ème} importateur mondial
- Balance commerciale +2,4 milliards \$US

Source : OCDE données 2015



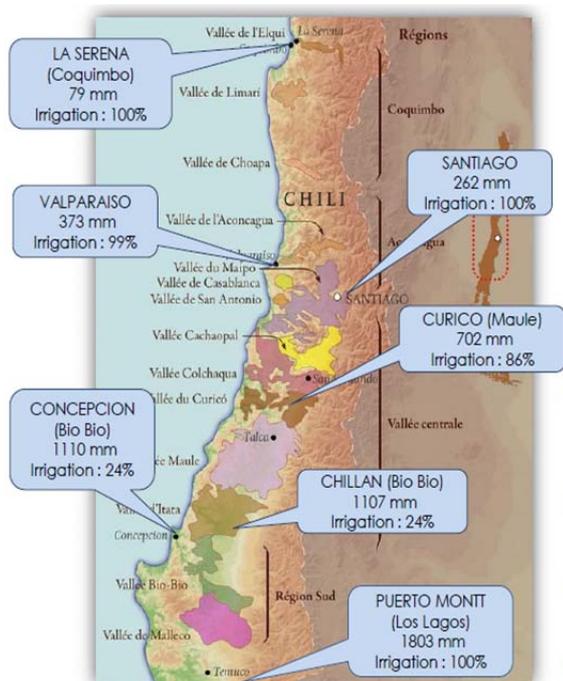
2 • Environnement agro-climatique

Etiré sur 4 200 km, le Chili présente une géographie très contrastée. La production de vin se concentre en majeure partie au centre du Chili sur environ 1 200 km. Il s'organise en **14 zones viticoles** réparties sur 9 régions administratives.

Des profils pédoclimatiques variés mais une ressource en eau faible

Le vignoble chilien présente ainsi des profils pédoclimatiques variés. Les régions viticoles du Nord se caractérisent par un climat semi-aride. Au sud, mais également des plaines aux premières pentes des Andes, le climat est plus tempéré.

Les principales régions viticoles, leurs précipitations en mm annuelles et le % de surfaces viticoles irriguées



Sources : INE, meteochile, ODEPA

Malgré des ressources en provenance des Andes, **la disponibilité en eau est de plus en plus faible**. Les vignobles au nord de Santiago sont les plus menacés. Afin de pallier le manque d'eau, les vignobles chiliens se sont équipés de systèmes d'irrigation : **89 % du vignoble est aujourd'hui irrigué**.

Une pression phytosanitaire faible

Le **Phylloxera** n'a pas atteint le vignoble chilien, aussi les vignes sont non greffées et certaines ont un âge supérieur à une centaine d'années.

Le Chili bénéficie de l'influence de l'océan Pacifique et des Andes qui constituent autant de barrières naturelles contre les maladies et les ravageurs. Cependant, la qualité sanitaire du vignoble diminue. Si le **Mildiou** est présent, son impact reste limité, mais l'**Oïdium** est en revanche plus préoccupant.

La sensibilité des vignes à la **pourriture acide** en périodes chaudes et humides peut conduire à des pertes importantes de récolte notamment sur les cépages de Chardonnay et de Sauvignon blanc.

Les **maladies du bois** touchent également le vignoble chilien, mais ne prennent pas la forme connue en Europe. La lutte passe par le broyage des bois de taille et des ceps morts. Aucun programme de recherche n'est actuellement développé.

La principale préoccupation de la filière vitivinicole chilienne réside dans la propagation de l'**Eudémis** (tordeuse de la grappe : Lobesia Botrana), vecteur de maladies qui affecte depuis quelques années les espèces fruitières et la vigne. Il fait l'objet d'une surveillance accrue.

La filière vitivinicole chilienne affiche la volonté de **s'investir dans une viticulture durable** afin de tendre vers une réduction des intrants et une meilleure gestion de l'utilisation de l'eau. Un plan national a récemment été mis en place.



3 • Potentiel de production de la filière chilienne

Des surfaces en augmentation

La filière chilienne est le **10^{ème}** vignoble mondial en termes de surface.

Les surfaces de vigne représentent 200 000 hectares en 2013 soit 3 % de la surface totale mondiale. 66 % des surfaces sont cultivées en tant que vignes de cuve, 30 % de vignes pour raisin de table et 4 % de vignes à destination du Pisco (alcool de type Brandy).

Le vignoble a augmenté rapidement depuis 2004 (+15 %) et voit sa progression se poursuivre au même rythme : +5,8 % entre 2010 et 2013. Le taux de plantation élevé depuis les années 2000 conduit à un vignoble relativement jeune : 57 % de la surface sont des vignes de moins de 20 ans.

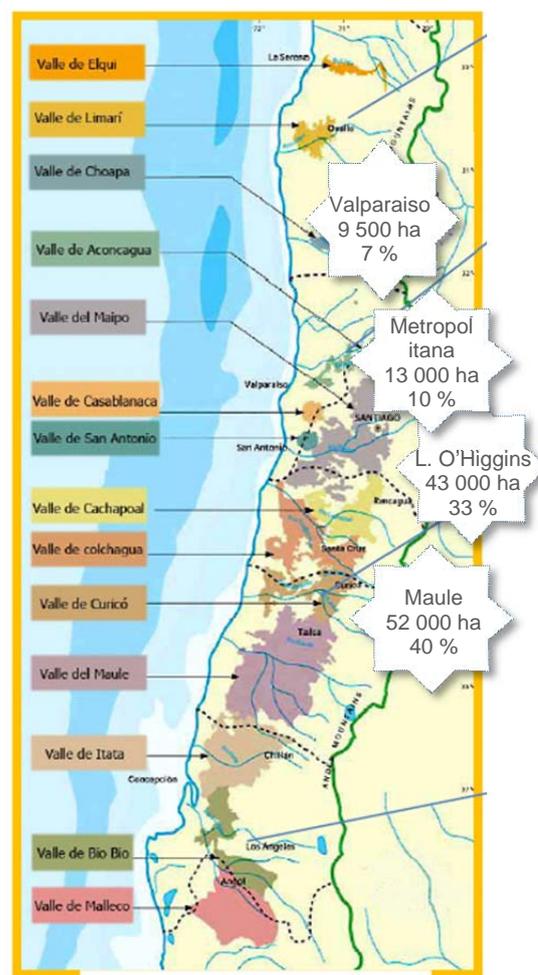
Les perspectives d'évolution des surfaces sont en faveur d'une légère augmentation pour les années à venir. En effet, si aucune restriction à la plantation n'existe, les contraintes climatiques et les prix du raisin bas ne devraient pas inciter la filière à continuer de planter au même rythme que ces dernières années.

Un vignoble hétérogène

73 % des surfaces du vignoble se situent sur deux régions situées au sud de Santiago : Maule et Libertador O'Higgins. Il s'agit de la zone traditionnelle d'implantation du vignoble chilien. Ces deux principales régions produisent plus des ¾ des volumes produits par le Chili.

Les entreprises les plus importantes possèdent toutes un vignoble dans les principales vallées de cette zone viticole.

Au nord de la capitale, se trouvent les régions d'Aconcagua et de Valparaiso caractérisées par un climat à forte influence océanique, la



Principales régions viticoles chiliennes – 90 % des surfaces concentrées sur 4 régions

région est particulièrement connue pour ses vins blancs.

Plus au nord, se trouvent de petits vignobles menacés par la sécheresse. Dans les régions Sud, la plupart des vignobles sont encore non irrigués.

Un encépagement dominé par les cépages internationaux

Les cépages internationaux sont prédominants et constituent près de 70 % du vignoble en 2013.

En 10 ans, le cépage **Pais** considéré comme destiné à la production de vins d'entrée de gamme a fortement diminué passant de 13 % de la surface du vignoble en 2004 à 5,6 % en 2013.



Le **Cabernet Sauvignon** représente 32 % des surfaces, il a cependant vu sa part du vignoble diminuer en 10 ans au profit du **Sauvignon blanc** et du **Chardonnay**. Les cépages blancs représentent 26 % des surfaces du vignoble en 2013 et ont tendance à diminuer face aux cépages rouges (74 %).

Une évolution des systèmes de conduite

Le mode traditionnel de conduite en parronal concerne 13 % du vignoble. Il a été introduit dans les années 1950 pour le raisin de table et la production de Pisco.

La conduite en gobelet concerne 8 % du vignoble et reste dominante pour les régions non irriguées.

Ces deux modes ont fortement diminué au profit de la conduite en vignes palissées : 75 % du vignoble est concerné soit 97 454 hectares. Cela résulte du développement de l'irrigation par goutte à goutte et de la mécanisation et ce, dans un objectif d'**amélioration des rendements** et de **diminution des coûts de production**.

Récolte : une moyenne quinquennale de 11,7 millions d'hectolitres entre 2011 et 2015

Le Chili se place à la 9^{ème} place de producteur mondial de vin.

La production a augmenté de 57 % depuis 2004. Cette augmentation de production, plus rapide que la progression de la superficie plantée, marque la hausse des rendements : les années 2012 et 2013 ont produit des récoltes record, supérieures à 12,5 millions d'hectolitres.

La production chilienne de vin est axée sur les vins tranquilles qui représentent 90 % des volumes. Les vins effervescents représentent quant à eux 2 %.

La boisson nationale le Pisco, eau de vie de raisin, représente 8 % des volumes de vin et

moûts produits. Cette production est stable depuis une dizaine d'années.

Par couleur, les vins rouges représentent près de 73 % des volumes, leur part a légèrement diminué en 10 ans face aux vins blancs (25 %) et aux vins rosés (2,5 %).

CHIFFRES DE LA VITICULTURE MONDIALE PLACE DU CHILI (DONNEES 2015)

Surface > 7,5 millions d'hectares de vignoble dans le monde

Dont le Chili **3,0 %** (211 000 hectares)

Récolte > 275 millions d'hectolitres dans le monde

Dont le Chili **4,0 %** (12,9 millions d'hectolitres)

Source : OIV

Des rendements en hausse au rythme de la modernisation du vignoble

Si les années 2012 et 2013 sont atypiques, les rendements ont fortement augmenté : +75 % entre 2004 et 2013. Les principales raisons sont l'amélioration technologique des vignobles et la modernisation des modes de conduite.

RENDEMENTS PAR REGION DE PRODUCTION

2013	Rendement (hectolitres/hectares)
Metropolitana	142
Maule	114
Lib. O'Higgins	92
Chili	98

Source : ODEPA, SAG

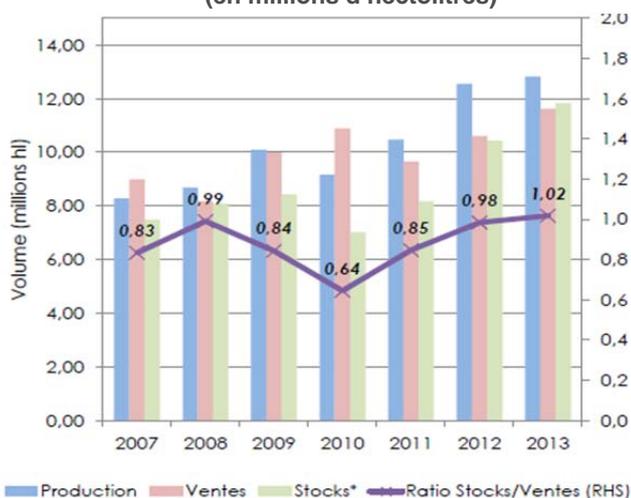


Adéquation de l'offre et de la demande

L'industrie viticole chilienne voit son bilan offre/demande relativement équilibré.

Les ventes ont plutôt eu tendance à augmenter et les stocks ont subi une forte baisse en 2010, suite au tremblement de terre. Ceci a provoqué une hausse du prix du raisin les années suivantes. Cette augmentation a eu un impact direct sur les vins d'entrée de gamme et a entraîné une diminution de la consommation domestique de vin au profit de la bière.

Production, ventes et stocks (en millions d'hectolitres)



Source : ODEPA, SAG

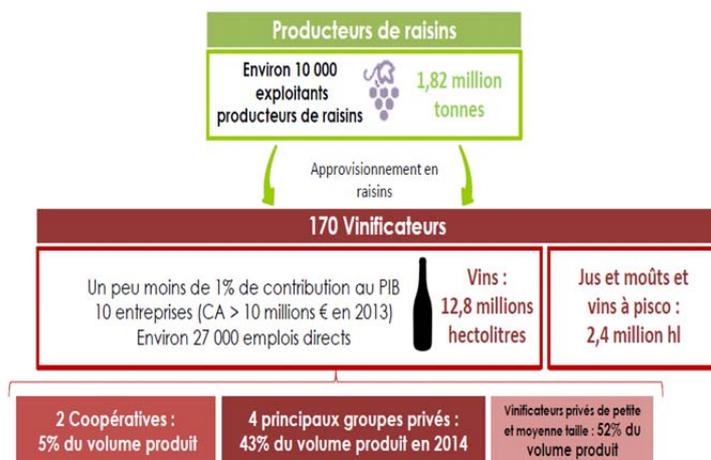
4 • Structure de la filière et coûts de production

La filière chilienne est très concentrée, avec 10 000 producteurs de raisin qui approvisionnent 170 vinificateurs. Parmi ces derniers, on distingue 2 coopératives qui produisent 5 % du volume de vin, 4 groupes qui pèsent 43 % des volumes et des petits et moyens vinificateurs qui élaborent directement leur vin sans avoir recours à des achats de vrac.

Producteurs de raisin

La surface moyenne par exploitation est de 13,04 hectares en 2013. Cette surface a tendance à augmenter, en lien avec la disparition des exploitations les plus petites. Ces dernières se reconvertissent vers d'autres productions ou arrêtent leur activité faute de repreneur.

Schéma de filière



Source : Monographie Chili Agrex C./ Sève C. / Efeso C.

Producteurs de vin

Quatre producteurs commercialisent 43 % de la production chilienne de vin en 2014. Ils représentent 69 % du volume de vin vendu sur le marché domestique et seulement 41 % du volume exporté par le Chili.

CHIFFRE D'AFFAIRES DES QUATRE PRINCIPAUX PRODUCTEURS DE VIN

	CA 2014 Millions €	% VOLUME EXPORTE
CONCHA Y TORO	771	79 %
SAN PEDRO	228	52 %
SANTA RITA	178	26 %
SANTA CAROLINA	57	70 %

Sources : Publications des différents groupes



En effet, les profils d'exportateurs sont très différents. Si toutes les entreprises chiliennes sont orientées vers l'international, la quasi-totalité du volume produit par les petites et moyennes structures est exporté.

Prix d'achat du raisin

Le prix d'achat est très fluctuant d'une année à l'autre, mais varie assez peu d'une région à l'autre.

D'une manière générale, les vins blancs sont un peu moins valorisés que les rouges, à cause de leur degré alcoolique moins élevé. Les importantes récoltes de 2012, 2013 et 2014 ont contribué à la chute du prix du raisin, qui est aujourd'hui très bas (Entre -30 % et -40 % de variation sur le prix selon les cépages entre les années 2011 et 2013).

PRIX MOYEN D'ACHAT DU RAISIN €/KG

	PAIS	CABERNET SAUVIGNON
2013	0,15-0,17	0,21-0,29
2012	0,25-0,28	0,37-0,46
2011	0,25-0,27	0,34-0,39
Variation 2011/2013	-38 %	-33 %

Sources : ODEPA

Coût du foncier et coût de vinification

Le prix du foncier nu varie selon la disponibilité en eau et la localisation. La tendance est à l'achat de vignobles par les plus grandes entreprises. Cela leur permet de contrôler au maximum la production de raisin notamment pour leur vin haut de gamme. L'approvisionnement en raisin est, en effet, un enjeu à moyen terme, notamment en cas d'incident climatique ou tectonique.

Le coût de production du raisin blanc est en moyenne de 0,29 €/kg pour le cépage Sauvignon blanc contre 0,25 €/kg pour le Cabernet Sauvignon.

Les coûts de production à la vinification varient selon le type d'entreprise vinificatrice. Les entreprises les plus importantes ont des coûts de production faibles au litre, grâce aux économies d'échelle réalisées. Les petites et moyennes entreprises (chiliennes) vinificatrices se concentrent sur la production de vin moyen et haut de gamme et sur des vins plus « originaux » : mélange de cépages, lien au terroir, etc.

COUT DE PRODUCTION DU VIN VALLEE DE COLCHAGUA STRUCTURE DE TAILLE MOYENNE (25 000 HL/AN)

	CLP/L	€/L ²
Coûts de vinification	580	0,75
> Dont coût du raisin	164	0,21
> Dont coût des intrants œnologiques	25	0,03
> Dont coût de transformation	391	0,51
Stockage	80	0,10
Matériel (bouchon, bouteille, étiquette)	510	0,66
Autres coûts fixes (administratifs, locaux, logistiques...)	510	0,66
Total coût vinification	1 680	2,17

Sources : Enquêtes professionnelles Agrex C./ Sève C. / Efeso C

² Taux de change constant 2014 CLP/€ = 0,0013



5 • Organisation de la filière et structure d'animation

La filière chilienne possède une force de lobbying importante. Elle est essentiellement organisée au niveau national.

L'organisation de la filière chilienne est marquée par une structure nationale **Vinos de Chile**. Elle représente la quasi-totalité des vinificateurs de la filière, mais ne permet pas la représentation des producteurs de raisin de cuve au niveau national. Cette association privée intervient dans le développement à l'export et pour la promotion de l'image des vins chiliens dans le monde.

Elle agit également pour la promotion interne, afin de développer la culture du vin au Chili, alliée à la consommation responsable de vin et enfin développe des programmes de recherche en lien avec les universités.

Elle a un fort pouvoir de lobby, notamment auprès du gouvernement. Elle est à l'origine du plan stratégique pour la filière à horizon 2020. Ce plan a pour ambition de hisser le Chili à la place du 1^{er} producteur de vin du Nouveau Monde en s'appuyant sur une offre de vins premium et de qualité.

Cette organisation de filière met en avant la **promotion des vins chiliens**, particulièrement à l'international. **ProChile** est une agence d'état, émanation du ministère des affaires étrangères du Chili. Elle a en charge la promotion de l'export des biens et services, des investissements à l'étranger et du développement du tourisme. Elle possède un département dédié au secteur du vin.

La recherche est structurée au niveau national par l'**INIA – Instituto de Investigaciones Agropecuarias corporation** de statut privé mais financé par le **SAG – Servicio Agrícola y Ganadero** département du ministère de l'agriculture chilien, et par le **Consorcio I&D de Vinos de Chile**, dont l'objectif est la recherche appliquée directement aux besoins de la filière.

Les principaux axes de recherche concernent l'adaptation au changement climatique, l'amélioration de la conduite du vignoble et le développement durable. Ces organismes de recherche travaillent en lien avec les différentes universités locales chiliennes.

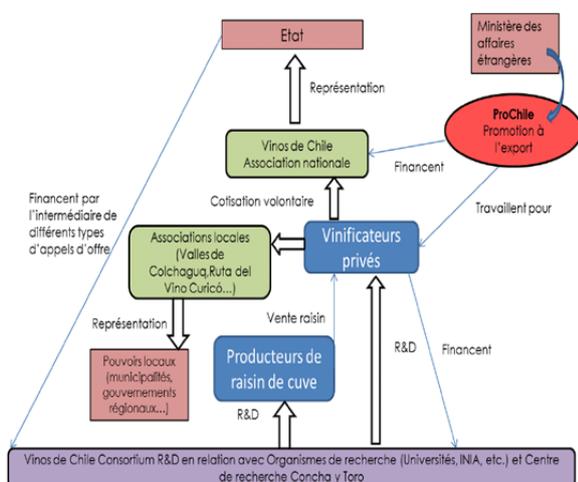
6 • Réglementation et incitations

Le Chili est membre de l'OIV depuis 1952.

Il n'y a pas de droit d'accise au Chili pour les vins, mais une taxation sur le volume nommé « ILA » qui atteint désormais 20,5 % de la production. La TVA est de 19 % du prix de la bouteille de vin.

Depuis 1995, le Chili dispose d'une loi sur l'utilisation des indications géographiques ou DO. Ce décret définit **17 zones de production de DO régionales et 82 DO locales**. 80 % de la production chilienne est sous DO, mais l'obtention de cette dernière n'est liée qu'à la provenance géographique. Aucune condition sur la qualité des vins ou le rendement à l'hectare n'est requise.

Principaux organismes au niveau national



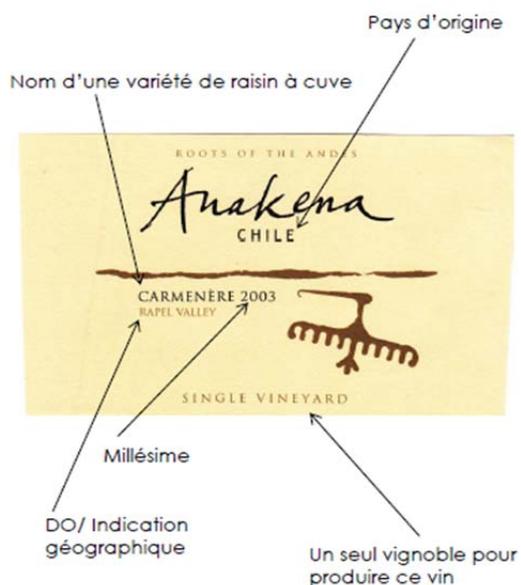
Source : Monographie Chili Agrex C./ Sève C. / Efeso C.



La classification de la qualité du vin (Vino Reserva, Vino premium, etc.) est très souple et est laissée à l'appréciation de l'entreprise.

Le développement durable est désormais un axe majeur pour la viticulture chilienne. Cette démarche a pris la forme d'une certification des entreprises et de leur production via l'application d'une **charte de viticulture durable**. Cette dernière a été établie sous l'impulsion de Vinos de Chile en 2011 dont l'objectif majeur consiste à faire du Chili le premier producteur de vins certifiés durables du Nouveau Monde d'ici 2020.

Réglementation concernant l'étiquetage



En matière d'étiquetage, doivent apparaître obligatoirement la dénomination, le titre alcoolémique volumique, le volume nominal et l'identité et siège social de l'embouteilleur (au moins sur la contre étiquette).

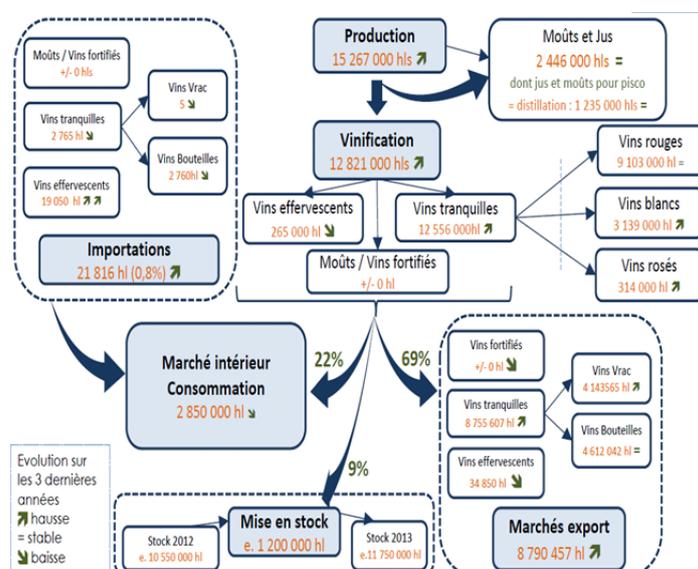
Des indications facultatives peuvent y être ajoutées tel que le millésime, le ou les cépages, si cela est le cas la mention de l'indication géographique et de la qualité du vin (Reserva, Gran Reserva, etc.)

7 • Marchés

Sur l'année 2013, le Chili a produit 15,3 millions d'hectolitres de vin.

22 % des volumes vinifiés soit 2,8 millions d'hectolitres ont été consommés sur le marché intérieur et 8,8 millions d'hectolitres ont été exportés soit plus des deux tiers des volumes de vin produits.

La synthèse des marchés en 2013



Source : Monographie Chili Agrex C./ Sève C. / Efeso C.

Marche d'importation

En 2013, les importations de vin au Chili ne représentent que 0,6 % de la consommation dans le pays. Elles sont en hausse et s'élèvent à 21 800 hectolitres.

Ces faibles volumes étaient constitués d'un tiers de vins tranquilles et de deux tiers de vins effervescents. En valeur, les importations sont en croissance continue depuis 2009 et se montent à 6,1 millions d'€ en 2013.

Après avoir quasiment disparues en 2010, les importations d'Argentine représentent 46 % de la valeur des vins importés. Avec la France (20 %), l'Espagne (16 %) et l'Italie (14 %), ces



quatre pays représentent 94 % du chiffre d'affaires.

Il faut noter que les spiritueux représentent 60 % des valeurs des produits alcooliques importés. La tendance est vers l'augmentation de cette proportion afin de répondre à la demande croissante des consommateurs.

ORIGINE DES IMPORTATIONS DE VINS TRANQUILLES AU CHILI EN 2013

Pays	Part de marché valeur	Part de marché volume
Argentine	46 %	47 %
France	20 %	10 %
Espagne	16 %	27 %
Italie	14 %	16 %

Sources : Comtrade

Marché domestique

Le marché domestique représente 2,8 millions d'hectolitres en 2013 soit 22 % de la production chilienne.

La consommation d'alcool en général est en croissance au Chili. La bière est la 1^{ère} boisson alcoolisée consommée au Chili et est en croissance. Elle atteint 40 litres par personne et par an. Le vin représente 28 % de la consommation d'alcool pur. Cela représente une consommation de 12 à 13 litres de vin par habitant et par an. A moyen terme, cette consommation devrait rester stable.

La consommation chilienne de vin est caractérisée par 95 % de vins tranquilles dont 73 % en rouge, 25 % en blanc et 2 % en rosé.

CIRCUITS DE DISTRIBUTION DES VINS

	Part de marché volume
Grande Distribution	67 %
Magasins non spécialisés	20 %
Magasins spécialisés et autres types de vente (e-commerce)	13 %

Source : Enquêtes professionnelles Monographie Chili Agrex C./ Sève C. / Efeso C.

Au sein des circuits de distribution, le circuit Off-trade prédomine avec 75 % de part de marché. 87 % des volumes sont vendus par 3 chaînes GMS. Sur ce dernier circuit, l'offre est peu valorisée : 77 % des vins sont vendus à moins de 2 000 CLP (2,70 €).

Marchés d'exportation

Les exportations de vins chiliens sont sur une tendance croissante à moyen terme. En 2013, elles représentaient **8,8 millions d'hectolitres, soit 70 % des volumes produits, pour 1,4 milliards d'€**

EXPORTATIONS PAR TYPE DE VIN ET CONTENANT EN VALEUR

ANNEE 2013	VALEUR EN MILLIONS D'€	% EVOLUTION 2004-2013
Vins tranquilles	1 374	+105 %
Dont vins en bouteille	1 147	+137 %
Dont vins en vrac	227	+100 %
Vins Effervescents	13	+453 %

Source : Global Trade Atlas



Les vins conditionnés représentent 57 % des volumes et sont en croissance continue. Si les exportations de vins en vrac fluctuent selon les années, elles sont également en progression. Ces dernières sont cependant faiblement valorisées, elles représentent 41 % des volumes exportés pour seulement 16 % en valeur.

Enfin, les vins mousseux et vins fortifiés et moûts représentent chacun 1 % des volumes exportés et du chiffre d'affaires à l'export de la filière vitivinicole chilienne.

Les exportations sont très réparties, ainsi quatre pays représentent 52 % des volumes exportés : les Etats-Unis, le Royaume-Uni, la Chine et le Japon. Les exportations sont en croissance sur ces principaux marchés mais également au Pays-Bas et au Brésil.

De même, les 5 premiers marchés en valeur ne représentent 'que' 50 % de la valeur totale des vins exportés.

A noter que les vins chiliens baissent en valeur sur leurs deux principaux marchés que sont les Etats-Unis et le Royaume Uni depuis 3 ans. Ils ont une part de marché qui se situe entre 3 % et 9 % des vins importés sur leurs 5 principaux marchés.

8 PREMIERS PAYS DE DESTINATION DES EXPORTATIONS DE VINS CHILIENS EN 2013

Pays	Part de marché valeur	Part de marché volume
Etats-Unis	14 %	19 %
Royaume-Uni	12 %	13 %
Japon	9 %	9 %
Chine	8 %	11 %
Pays-Bas	6 %	5 %
Brésil	6 %	4 %
Canada	5 %	5 %
Allemagne	4 %	6 %

Source : Global Trade Atlas

D'une manière générale, la filière chilienne a choisi de mettre en place une stratégie de marques plutôt que de l'origine, jugée peu valorisante.

Le marché, fortement concentré du Chili, permet à la filière de bénéficier d'organisations commerciales structurées et adaptées au profil de leur activité (marchés export ou domestique). Ces dernières développent des accès aux marchés collants aux spécificités de ces derniers, par exemple grâce à la mise en place d'accords avec importateurs et agents.

Les exportateurs de petites et moyennes tailles axent leur stratégie sur le moyen et haut de gamme, voire sur des niches avec des assemblages ou cépages originaux.

Ils commercialisent leurs vins majoritairement à l'export (80 % à 100 %), le plus souvent par le biais d'importateurs. Ils sont donc dotés d'une organisation commerciale légère.



8 • Enjeux et compétitivité

Sur le marché domestique

Sur son propre marché, le principal enjeu de la filière est d'augmenter la consommation de vin et de le faire connaître auprès des jeunes.

Sur les marchés export

L'ambition stratégique de la filière vitivinicole chilienne est de se hisser à la première place des pays du « nouveau monde », en matière de vins durables, premium et en termes de diversité, dans un contexte où les producteurs chiliens sont significativement tournés vers l'export.

Dans le cadre du plan stratégique 2020, la filière a décidé de mettre l'accent sur le rapport qualité-prix, un des atouts du vin chilien, et de développer ses parts de marché sur les vins 'premium', des vins de qualité à des prix accessibles, entre 7 € et 20 € la bouteille, un segment du marché sur lequel le Chili n'était pas leader jusqu'à présent.

La filière s'est fixée pour cela trois axes de travail avec des budgets significatifs d'investissement :

- Accroître la surface cultivée de 2 400 hectares par an soit 1,9 % de la surface cultivée ;
- Développer les wineries ;
- Développer la notoriété du vin chilien et renforcer son image sur les marchés ciblés.

Ce plan stratégique est en cours de réalisation avec **1,4 milliards d'€ de chiffre d'affaires atteint en 2014**, soit une croissance de 63,7 % par rapport à l'année 2009 et une progression annuelle moyenne de 12,7 % (vs. 9,2 % budgété au plan).

Cette réussite reste à confirmer. Elle est en effet en partie due au regard des résultats économiques en recul de la filière australienne, pénalisée par le cours de sa monnaie.

Contacts



Julie BARAT : julie.barat@franceagrimer.fr
Baptiste MONTANGE : baptiste.montange@franceagrimer.fr



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