

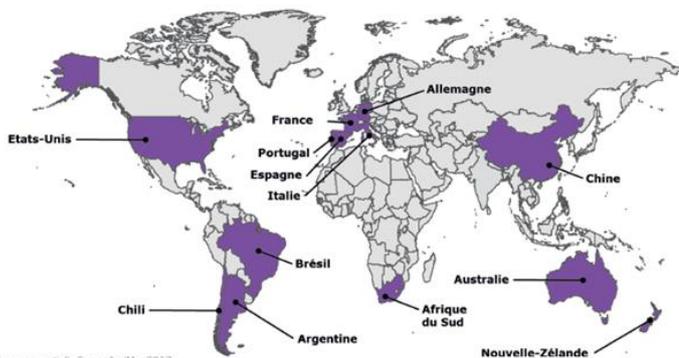
• Novembre 2018

Facteurs de compétitivité sur le marché mondial du vin Veille concurrentielle 2017

Après un décrochage suite à la crise économique de 2008, la consommation mondiale de vin est repartie à la hausse, avec une progression régulière et s'établit à 241 millions d'hl en 2016. Cette tendance devrait se poursuivre dans les prochaines années, principalement sous l'impulsion des pays du pourtour pacifique (Asie et Amérique du Nord), tandis que les pays traditionnellement consommateurs, voient leur consommation stagner. La France, deuxième pays consommateur de vin au monde s'est ainsi fait rattraper par les Etats-Unis, qui constituent désormais le plus grand marché mondial, avec 31,8 millions d'hl de vin consommés chaque année (13% de la consommation mondiale). Dans le même temps, sous l'effet de la mondialisation, les échanges se sont intensément développés sur le marché mondial du vin. La filière viticole française a par ailleurs vu ses positions se fragiliser, face à une concurrence toujours plus vive. Ainsi, de nouveaux marchés s'ouvrent aux pays producteurs mais la concurrence se renforce : trois pays d'Europe sont toujours au premier rang mondial des producteurs de vin (l'Italie, la France et l'Espagne) mais en diminution, tandis que dans le monde, d'autres pays développent leur production. Enfin, de nouveaux défis à la fois techniques, climatiques, économiques préoccupent désormais les acteurs mondiaux du vin.

Analyser le contexte concurrentiel international, comprendre les forces et faiblesses des 13 filières viti-vinicoles mondiales les plus compétitives et anticiper leurs évolutions, tel est l'objet du travail de veille concurrentielle « Facteurs de compétitivité sur le marché mondial du vin », réalisé chaque année par FranceAgriMer, depuis 2000.

Les 13 pays producteurs de vin suivis dans la veille



file concurrentielle FranceAgriMer 2017

Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer, 2017

La veille concurrentielle s'adresse avant tout aux professionnels, afin de les aider à mieux se positionner individuellement ou collectivement sur un marché de plus en plus ouvert et concurrentiel.

La démarche repose sur une approche globale et méthodique construite autour de six facteurs de compétitivité :

1. Le potentiel de production
2. Le climat et l'environnement
3. La capacité des opérateurs à conquérir des marchés
4. Le portefeuille des marchés et l'équilibre des flux
5. La dynamique de la filière et les investissements
6. L'environnement macroéconomique

L'identification de ces facteurs découle notamment des résultats de l'étude monographique des « filières vitivinicoles concurrentes des principaux pays producteurs de vin dans le monde », réalisée en 1998. Suite au renouvellement de cette étude monographique en 2016, par FranceAgriMer et le CNIV, la méthodologie de la veille a évolué pour prendre en compte les nouveaux enjeux auxquels les filières vitivinicoles doivent désormais faire face : réchauffement de la planète, préservation de la santé des consommateurs, évolution des comportements d'achats, accélération de la croissance de grands marchés (Etats-Unis, Chine,...)... Pour cette nouvelle veille, de nouveaux indicateurs ont ainsi été

introduits ; ces derniers prennent en compte ces évolutions. Pour chacun de ces axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

Les résultats de la veille concurrentielle 2017, basés sur les dernières données disponibles, sont présentés dans cette synthèse. La collecte des informations dans les pays producteurs a été confiée au cabinet Deloitte.

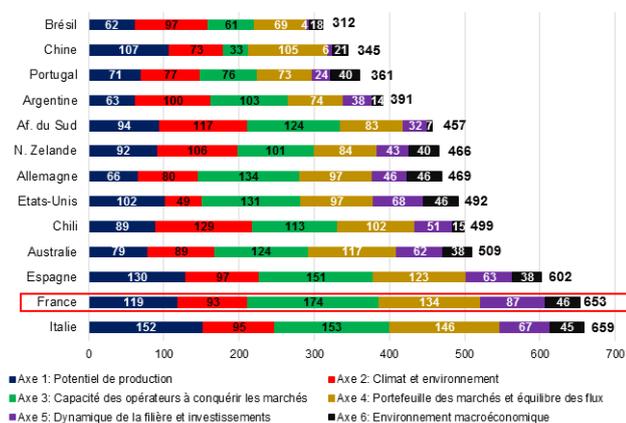
Les défis de la vitiviniculture du troisième millénaire

La veille met en évidence de nombreux changements dans la vitiviniculture du troisième millénaire, qui doit faire face à :

- de nouvelles opportunités car le marché du vin est en croissance par l'augmentation du nombre de consommateurs (notamment les consommatrices). A moyen terme, la consommation de vin devrait poursuivre sa progression partout dans le monde et en particulier, dans les pays où le pouvoir d'achat progresse. Les échanges de vin entre pays augmenteront encore.
- des risques et des aléas de plus en plus nombreux : changement climatique, maîtrise de l'eau, réduction des pesticides, maladie du bois, cépages résistants, transition énergétique, communication numérique, développement des groupes d'influences...

Les temps changent, pas les compétiteurs mais le classement évolue

Résultats du classement final de la veille concurrentielle 2017



Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer, 2017

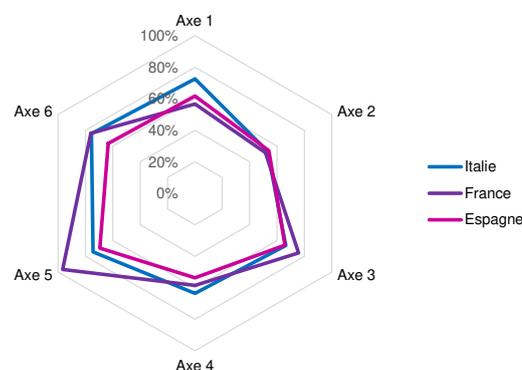
Bien que des évolutions aient été apportées à la méthodologie de la veille, le classement final 2017 reste assez proche de celui de la veille concurrentielle 2016.

Les 5 faits marquants du classement 2017 sont :

1. L'Italie est toujours en tête,
2. La France est toujours seconde, mais elle réduit l'écart avec l'Italie,
3. Les Etats-Unis reculent,
4. L'Espagne monte sur le podium,
5. L'Allemagne gagne 3 places.

Une concurrence accrue pour les premières places entre les trois leaders incontestés

La France, l'Espagne et l'Italie se disputent au fil des ans les premières places du classement et se détachent des autres pays producteurs. Néanmoins, cette dominance reste fragile : ainsi en 2016, l'Espagne, affaiblie par le plan de redressement économique du premier ministre Mariano Rajoy, décrochait à la 6ème place.



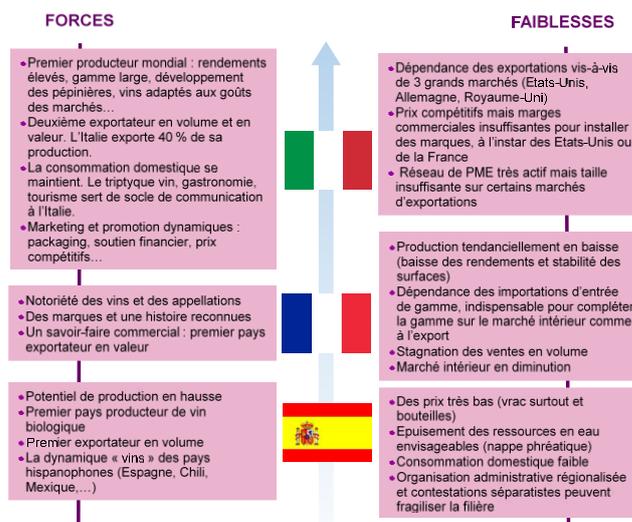
Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer, 2017

L'Italie conserve sa place de leader grâce à une viticulture très productive et une gamme très diversifiée. Elle est le premier pays producteur de vin dans le monde en volume, et notamment de vin effervescent avec le Prosecco. Sa grande réserve de cépages autochtones et le développement de l'«activité pépinière» ces 20 dernières années est un atout de taille dans un contexte de dépérissement du vignoble européen. En outre, le vin est ancré dans la consommation quotidienne des Italiens et les services œnotouristiques, très développés, contribuent au développement de la consommation locale. Bien que ses exportations restent dépendantes de 3 marchés, dont le Royaume-Uni, elle demeure le 2ème pays exportateur en volume derrière l'Espagne avec 20 millions d'hectolitres, tirées par les ventes de Prosecco en particulier, et en valeur, derrière la France. Elle bénéficie de prix compétitifs, de vins adaptés aux goûts des marchés et d'un packaging attractif. Le renforcement marketing des marques devrait s'intensifier. Confiante, l'Italie a pour objectif d'augmenter son chiffre d'affaires de 30 % sur les 3 prochaines années.

La France reste compétitive grâce à la notoriété de ses vins, de ses terroirs et d'un réseau d'entreprise solide. Malgré tout, la position de la France s'effrite lentement avec une consommation domestique structurellement en baisse, dépassée par les Etats-Unis, désormais premier marché de consommation de vin dans le monde. Parallèlement, la production viticole se réduit sous l'effet de la diminution du nombre d'exploitations viticoles, des contraintes encadrant l'irrigation des vignes, l'extension des maladies du bois et les effets du réchauffement climatique (risques climatiques, stress hydrique accentué...). La réorientation du vignoble vers plus de qualité et le développement en bio conduisent à une réduction des rendements qui impacte également le potentiel de production. La France reste le premier pays exportateurs en valeur, conséquence d'une premiumisation mais les prix élevés des vins français peuvent aussi marquer un frein à l'export. Les volumes exportés, en baisse, sont également imputables à l'abandon de certains marchés comme les vins en vrac au profit de l'Espagne, du Chili, de l'Italie, de l'Afrique du Sud et de l'Australie. Enfin les pays concurrents ont profité de la forte baisse de la production de vin sans indication géographique de la France pour fournir le marché des vins d'entrée de gamme, dont la France est dépendante pour compléter sa gamme.

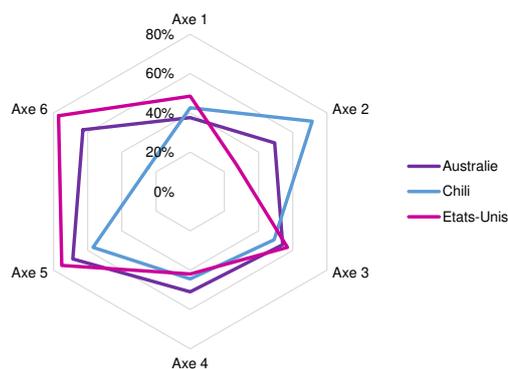
L'Espagne a rendu son vignoble plus performant par une réduction des surfaces, une restructuration de l'encépagement et l'installation de l'irrigation dont dépend une grande partie de la production. En revanche, l'épuisement des ressources en eau conduirait à un effondrement de la production. L'Espagne se démarque par la spectaculaire progression de ses exportations aussi bien sur le segment vrac, sur lequel elle s'est majoritairement développée que sur le segment bouteille, qui permet de contrecarrer une consommation tombée au plus bas suite à la crise économique. Elle bénéficie d'entreprises privées ou coopératives de bonne taille et de prix très compétitifs pour conquérir de nouveaux marchés. Cependant, ces prix bas reposent sur des équipes bien formées et des salaires compétitifs qui pourraient évoluer. D'un point de vue macro-économique, l'indépendantisme de certaines régions (Catalogne entre autres) pourrait affaiblir la dynamique de la filière vin. Enfin il est à noter, l'avantage compétitif de la langue, indéniable dans un marché dominé par des pays producteurs de vin majoritairement hispanophones.

Analyse des forces et faiblesses du podium final



Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer, 2017

Des outsiders venus de l'hémisphère Sud : Australie, Chili et Etats-Unis



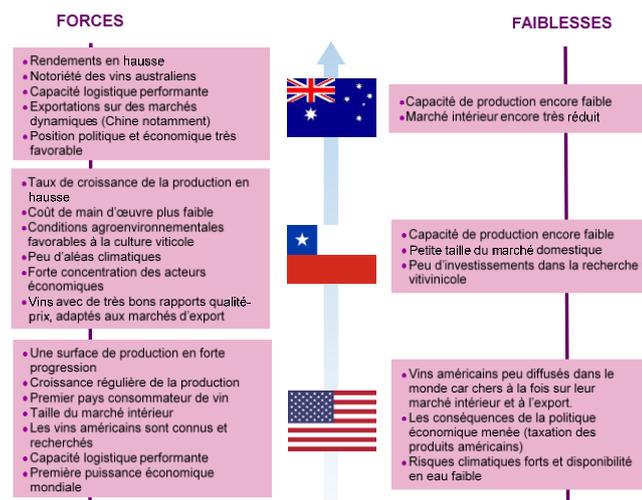
Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer, 2017

Le Chili et l'Australie conservent leurs positions entre 2016 et 2017. En revanche, ils restent encore loin du trio de tête. Principalement tournés vers l'exportation, ce sont de sérieux concurrents, bien qu'ils n'aient pas encore la capacité productive (diminuée aux cours des dernières années par des épisodes climatiques extrêmes) suffisante pour répondre aux besoins d'un marché mondialisé. D'autre part, leur marché intérieur est encore petit.

Grâce à la taille de leur marché intérieur (le plus grand marché mondial de consommateurs de vin), qui poursuit sa croissance et à l'augmentation régulière de la production (malgré les dégâts climatiques), **les Etats-Unis** apparaissent comme le principal challenger du trio de tête, à l'horizon 2030. D'autre part, la viticulture américaine bénéficie de

dynamisme de ses 3 principaux pays clients qui constituent le marché nord-américain (Canada, Mexique, Etats-Unis) créant ainsi des débouchés de proximité. Les producteurs américains s'appuient sur un système de marques qui refinancent un puissant marketing, principal moteur des ventes. Cependant, la cherté des vins et la politique fiscale de l'administration Trump pourraient avoir un impact sur la compétitivité américaine.

• Analyse des forces et faiblesses des trois challengers



Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer, 2017

Un rôle à part pour l'Allemagne et la Chine : des marketplaces du monde du vin ?

En ce qui concerne **la Chine**, son marché intérieur, tout comme celui des Etats-Unis est en croissance. Il est particulièrement dynamique et pourrait d'ici 10 ans dépasser le marché américain. D'autre part, elle dispose d'une puissance commerciale à la fois logistique et financière, grâce aux ports d'Hong-Kong et Shanghai, qui favorise les transactions. Elle a le potentiel pour devenir une place incontournable du marché mondial du vin. Cependant, les contraintes climatiques freinent l'extension de son vignoble de cuve et la filière vitivinicole chinoise souffre encore d'un manque de structuration et de technicité.

Par rapport à la veille 2016, **l'Allemagne** a gagné 3 places dans le classement de la veille 2017. La filière vitivinicole allemande a des positions fortes sur chaque axe et fait figure déjà de carrefour du vin au cœur de l'Europe, encouragé par un marché domestique en développement (l'un des plus gros importateurs mondial de vin) et des infrastructures logistiques très performantes. Elle est particulièrement tournée vers l'Europe de l'Est, les pays scandinaves et les pays baltes.

Les bonnes opportunités de la Nouvelle-Zélande et du Portugal

La Nouvelle-Zélande progresse de 3 places avec ce nouveau classement grâce notamment à son engagement en termes de développement durable grâce à la mise en place d'un plan spécifique. Si elle reste dans cette dynamique, elle devrait continuer à progresser dans les classements.

La viticulture portugaise montre des signes de renouveau : bien qu'en réduction de surfaces, le vignoble portugais voit ses rendements augmenter. Ses produits sont dynamiques sur ses marchés d'export et, derrière les appellations phares (Madère, Porto, Vinho verde,...), de nouvelles appellations séduisent les consommateurs.

Les pays dans le doute : Argentine, Afrique du Sud et Brésil

L'Argentine cumule les mauvais résultats sur l'ensemble des axes. Les 10 années de crises économiques et d'aléas météorologiques ont eu raison des volumes produits. Les rendements aussi sont en baisse et le vignoble se renouvelle trop lentement. Néanmoins, l'outil de production de ce pays traditionnellement viticole reste important et adapté, la consommation intérieure est stable, la main d'œuvre est qualifiée et son coût est compétitif. Une embellie est donc possible si les conditions économique et climatique s'améliorent.

L'Afrique du Sud, bien qu'étant un pays viticole majeur, est particulièrement menacé par la sécheresse récurrente qui décime ses volumes de production. D'autre part, d'un point de vue macro-économique, là non plus les notations ne sont pas encourageantes. Le Brexit à court terme et le développement de son marché domestique à plus long terme pourrait offrir des opportunités et permettre à ce pays de relancer sa dynamique.

Le Brésil est une puissance émergente. Fort d'un marché intérieur de 200 millions d'habitants, la consommation de vin est en croissance et les importations de vin effervescent progressent. Néanmoins, la situation politique précaire et la récession qui touche également l'industrie vitivinicole pénalisent durement le Brésil qui reste bloqué à la dernière place du classement.

Contacts

FranceAgriMer

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

