

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

ALLEMAGNE

Les trois marchés britannique, allemand et belge, sont des importateurs de vin importants et historiques, matures, pour lesquels la consommation de vin progresse peu et les vins français perdent régulièrement des parts de marché. 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 le début des années 2010, 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 en co-financement. Les cabinets Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant ont été choisis pour cette étude. La méthodologie retenue pour l'étude a été 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, observatoire pays, panels et études ad'hoc), ainsi que la visite de salons spécialisés (ProWein, LondonWTF, VinExpo).

- Une reconstitution aussi précise que possible de la segmentation actuelle 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, Cavistes, Café-Hôtel-Restaurant). Cette reconstitution s'est d'abord basée sur des données de panels et des relevés d'offres auprès d'opérateurs représentatifs du marché par circuit, permettant de réaliser une première segmentation prix. En réalisant plus de 25 entretiens par pays auprès d'importateurs et acheteurs clés par 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 couleur/catégorie. En effet, les informations plutôt relatives à des appellations sont utilisées à titre d'illustration dans les rapports complets par pays.

Dans cette synthèse, le travail sur l'Allemagne est exposé.

1. Tendances et circuits de commercialisation du vin

La consommation par habitant de boissons alcoolisées en Allemagne est orientée à la baisse, en lien avec le recul régulier de la consommation de bière depuis les années 1990. La bière reste toutefois de loin la première boisson alcoolisée consommée avec plus de 100L par an et par habitant, contre environ 25L de vin et 6L de spiritueux. La consommation de vin par habitant est globalement stable depuis 2008 en Allemagne.

Le marché allemand du vin est marqué par des disparités régionales fortes, avec notamment une consommation plus « italophile » dans le sud du pays (Bavière en particulier) et une consommation plus « francophile » dans le nord-ouest (Sarre, Rhénanie, Saxe). Cette répartition assez schématique est évidemment à affiner par aire géographique et typologie de consommateurs.

Une certaine tendance à consommer « moins mais mieux », notamment des produits artisanaux et/ou issus de l'agriculture biologique, est à l'œuvre en Allemagne. Néanmoins, cela ne concerne qu'une fraction de la population, les premiers critères de choix du consommateur restant une qualité correcte et un prix (très) accessible du vin.

Estimation de la consommation apparente du vin par circuit

(M hL pour million d'hectolitres - Sources GfK, Meininger, Gesenheim Research Center, OIV)



La distribution de vin en Allemagne est marquée par les tendances suivantes :

- Les enseignes de hard-discount restent les principaux distributeurs de vin du pays, avec des volumes essentiellement vendus entre 2 et 3 EUR par équivalent bouteille 75cL. Noter une volonté de faire évoluer leur image en proposant quelques grands vins à des tarifs plus élevés ; les volumes restant toutefois très limités.

- L'achat en direct chez les viticulteurs serait en diminution régulière en Allemagne… alors que la grande distribution (hors discount) élargit sa gamme de vins domestiques, ce qui alimente la croissance de ses ventes de vin.

2. Dynamique des importations de vin

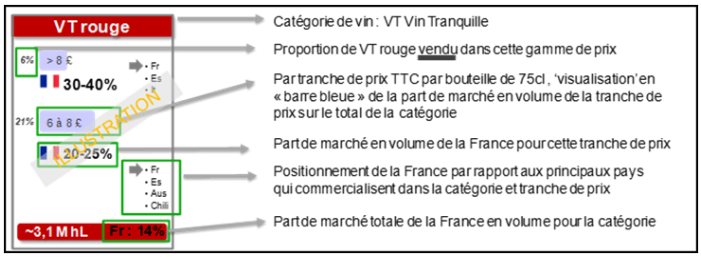
Données GTA	Vin tranquille < 2L	Vin tranquille > 2L	Vin effervescent
Volume 2016 (M L)	552	848	62
Evolution volume 2010-2016	-3%	+2%	-10%
Evolution prix €/L 2010-2016	+21%	+24%	+30%
Top 5 exportateurs Volume (M L) et évolution volume 2010-2016	• Italie : 241 / -6% • France : 100 / **-20%** • Espagne : 88 / **+36%** • Autriche : 24 / -8% • Etats-Unis : 23 / **+32%**	• Italie : 293 / **-18%** • Espagne : 249 / **+76%** • France : 97 / -2% • Afrique du Sud : 61 / **+12%** • Chili: 37 / **-10%**	• France : 21 / +8% • Espagne : 21 / **+28%** • Italie : 19 / **-40%** • Autriche : 1 / **+113%**

Les importations allemandes de vin tranquille sont marquées par une proportion importante de vin en vrac (60% du volume global en contenant >2L) qui alimente les centres d'embouteillage parmi les plus performants d'Europe, travaillant notamment pour les géants allemands du hard-discount Aldi et Lidl.

Alors que le volume global de vin tranquille importé est globalement stable, il faut noter les performances de l'Espagne, surtout en vrac mais aussi en bouteille. Cette progression importante s'est faite aux dépens de l'Italie sur le marché du vrac, et de la France sur le marché de la bouteille. Il est également à noter que la place des pays du Nouveau Monde reste faible dans les imports de l'Allemagne, malgré les progressions récentes des Etats-Unis en bouteille et de l'Afrique du Sud en vrac.

Enfin, les importations de vins effervescents sont faibles par rapport à la consommation du pays : cela s'explique en partie par l'importation de vins de base, notamment depuis l'Espagne, pour une transformation en Sekt en Allemagne.

3. Segmentation par circuit et position des vins français

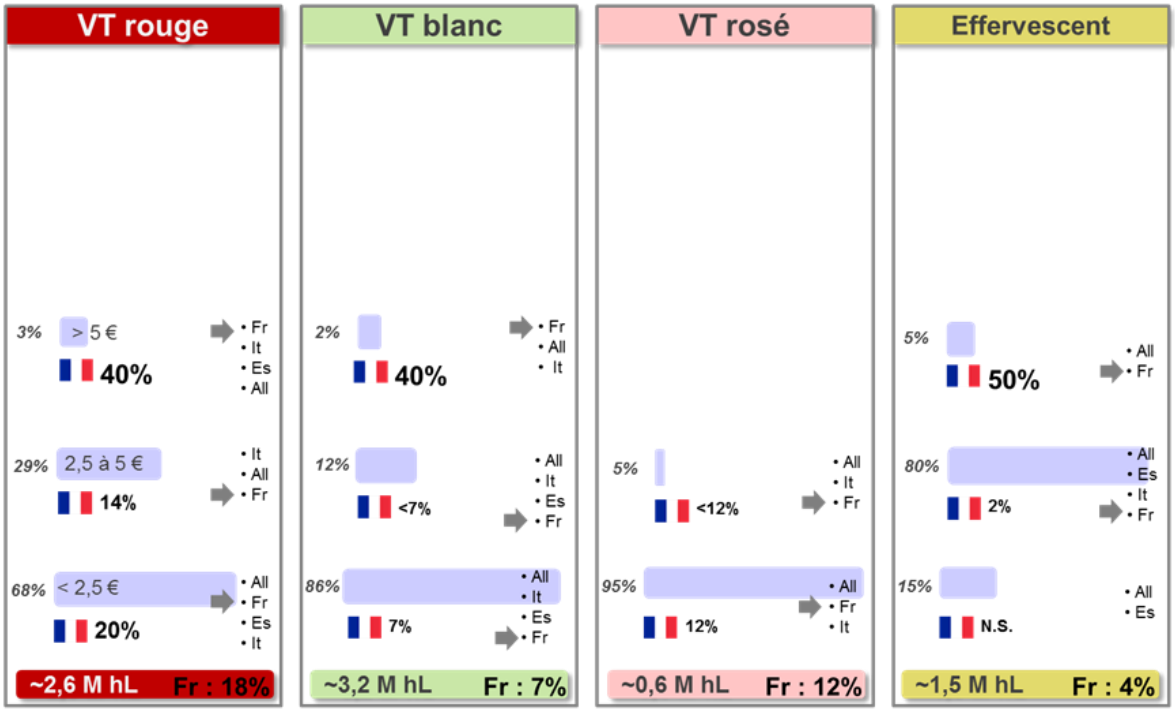


Pour chacun des circuits, la segmentation prix de l'offre par catégorie de vin est représentée sous forme graphique avec le positionnement des vins français et leurs concurrents directs. La légende des informations est expliquée sur l'illustration ci-contre.

Hard-Discount

Les informations relatives au hard-discount allemand sont peu nombreuses, étant donné que les trois principales enseignes (Aldi Nord, Aldi Sud et Lidl) ne communiquent aucune donnée économique relative à leurs ventes de vin. Aussi, l'approche de ce circuit est essentiellement permise par un panel consommateur géré par GfK. Les estimations qui en ressortent confirment la tendance à la vente de

gros volumes à des prix inférieurs à 2,5€ pour les vins tranquilles – en dépit des opérations de communication centrées sur des vins de qualité vendus à des tarifs bien plus élevés.



Les vins allemands en hard-discount sont relativement moins représentés parmi les vins rouges, ces derniers étant concurrencés par les vins espagnols, français et italiens. La tranche <2,5€ concentrerait près de 70% des volumes, alors que les volumes restants seraient vendus entre 2,5 et 5€/eq75cL. Au-delà des 5€ par col, les volumes sont quasi-négligeables. Les volumes de vin français y seraient assez importants ; la précision et la fiabilité des informations ne permettent toutefois pas d'être plus affirmatif dans l'analyse de ce circuit.

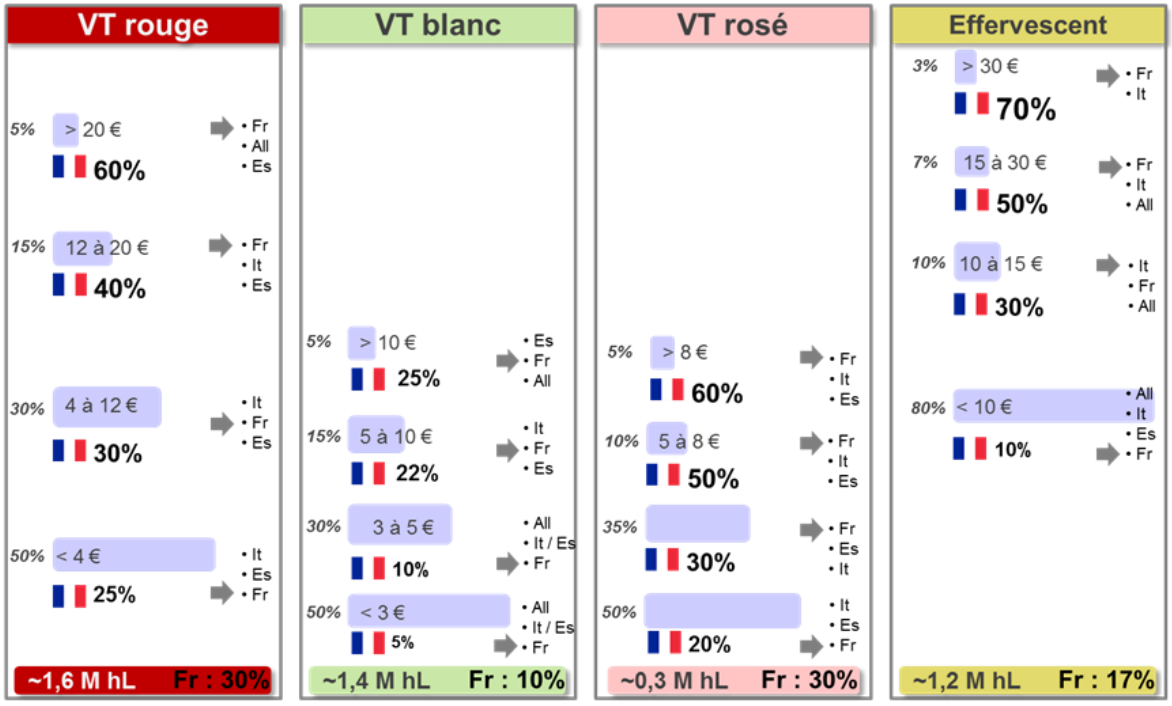
Par contre, la part de vins allemands parmi les vins blancs apparait comme dominante, en particulier dans la tranche <2,5€ par col qui représenterait près de 90% des volumes vendus en hard-discount ! Les vins italiens (majoritairement), espagnols et français complètent le rayon vin blanc en hard-discount.

Les vins rosés sont vendus quasi-exclusivement à moins de 2,5€/eq75cL, avec une moitié de vins domestiques, le reste étant d'origine française, espagnole et italienne.

Enfin, les vins effervescents seraient majoritairement vendus entre 2,5 et 5€/col, avec une forte proportion de Sekt, dont une bonne partie est probablement produite en Allemagne à partir de vins de base importés (depuis l'Espagne surtout, l'Italie et la France également).

Grande Distribution (hors Hard-Discount)

Les chaines de supermarchés et hypermarchés en Allemagne (EDEKA, REWE, Metro) semblent globalement élargir leur offre de vins domestiques, et plus particulièrement de vins blancs. Ce renforcement de l'offre locale semble être un des moteurs du développement des ventes observé depuis quelques années au sein de ces enseignes. Cette croissance accompagne (voire explique en partie) le tassement des achats directs aux viticulteurs apparemment à l'œuvre depuis plusieurs années outre-Rhin.



Parmi les vins rouges, les vins italiens, français et allemands semblent dominer dans différentes régions, selon la proximité géographique notamment (vins allemands dans les régions de production, vins italiens en Bavière et dans le sud, vins français dans le nord-ouest). Les volumes vendus à moins de 4€/col pèsent environ la moitié des volumes, alors que les vins vendus de 4 à 12€ semblent constituer la catégorie la plus dynamique, à la fois en croissance volumique et diversification des origines. Les vins français sont plutôt bien représentés parmi les vins haut de gamme, notamment au-dessus de 12€ la bouteille.

Il existe très peu d'offre donc de vente en blanc et rosé >8-10€, contrairement aux autres catégories dont les « hauts de gamme » affichent des prix supérieurs.

Les vins blancs sont majoritairement des vins allemands, les vins italiens étant les principaux concurrents sur toutes les tranches de prix. A noter que la grande majorité des vins est vendue à moins de 10€, avec une offre à moins de 4€ qui représenterait la moitié des volumes vendus.

Les vins rosés allemands seraient assez peu présents en grande distribution, au profit des vins espagnols et italiens à moins de 3€/col, et français de 3 à 5 €/col et surtout au-dessus de 5€/eq75cL.

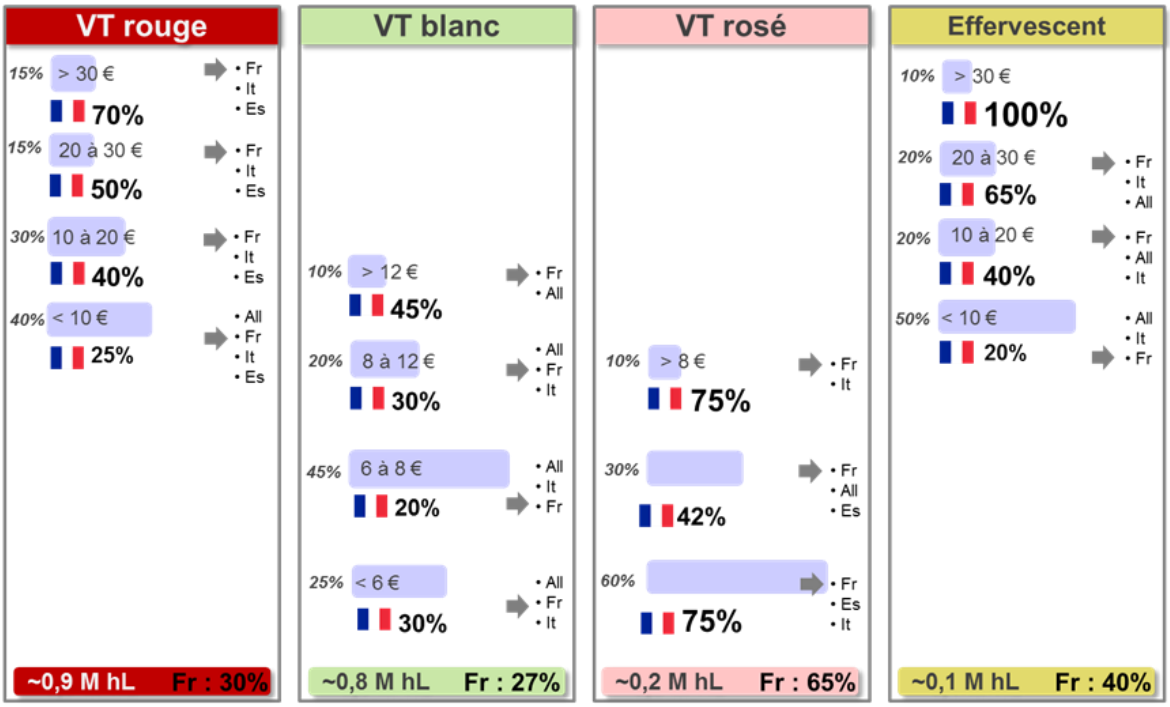
Les vins effervescents seraient essentiellement vendus à moins de 10€/col, avec des Sekt (pour partie élaborés à partir de vins de base importés) et des Cava en entrée de gamme, des Prosecco un

peu mieux valorisés, et des Sekt allemands (à base de raisins allemands) autour des 8-10€. Au-delà des 10€, les volumes sont nettement inférieurs, mais la part des vins français devient conséquente. Les Sekt allemands sont leurs principaux concurrents avec les crus Prosecco et les Franciacorta.

Cavistes

Il existerait entre 2000 et 3000 cavistes en Allemagne, la majorité étant indépendants, quelques chaines étant également bien implantées (Vom Fass, Jacques'Wein). Si les chaines travaillent essentiellement avec des particuliers, la plupart des indépendants ont également une activité de demi-gros avec d'autres cavistes et/ou des établissements du circuit CHR.

L'offre archétypique d'un caviste est partagée entre cœur de gamme et haut de gamme, avec une majorité de vins de domaines, importés en direct depuis un ou deux pays européens. Le reste de la gamme est plus restreint, approvisionné le plus souvent via un autre caviste/grossiste.



Les vins français sont bien représentés parmi les vins rouges et rosés, en particulier sur les tranches les plus hautes, en concurrence avec les vins italiens et espagnols. Parmi les vins blancs, la concurrence des vins allemands et italiens est la plus forte, surtout sur la tranche 6-8€/col qui représente une grande partie des volumes.

Les « hauts de gamme » de chaque catégorie sont valorisés à des niveaux assez différents. Il semble toutefois que les Allemands consomment un peu plus de vins blancs haut de gamme que par le passé.

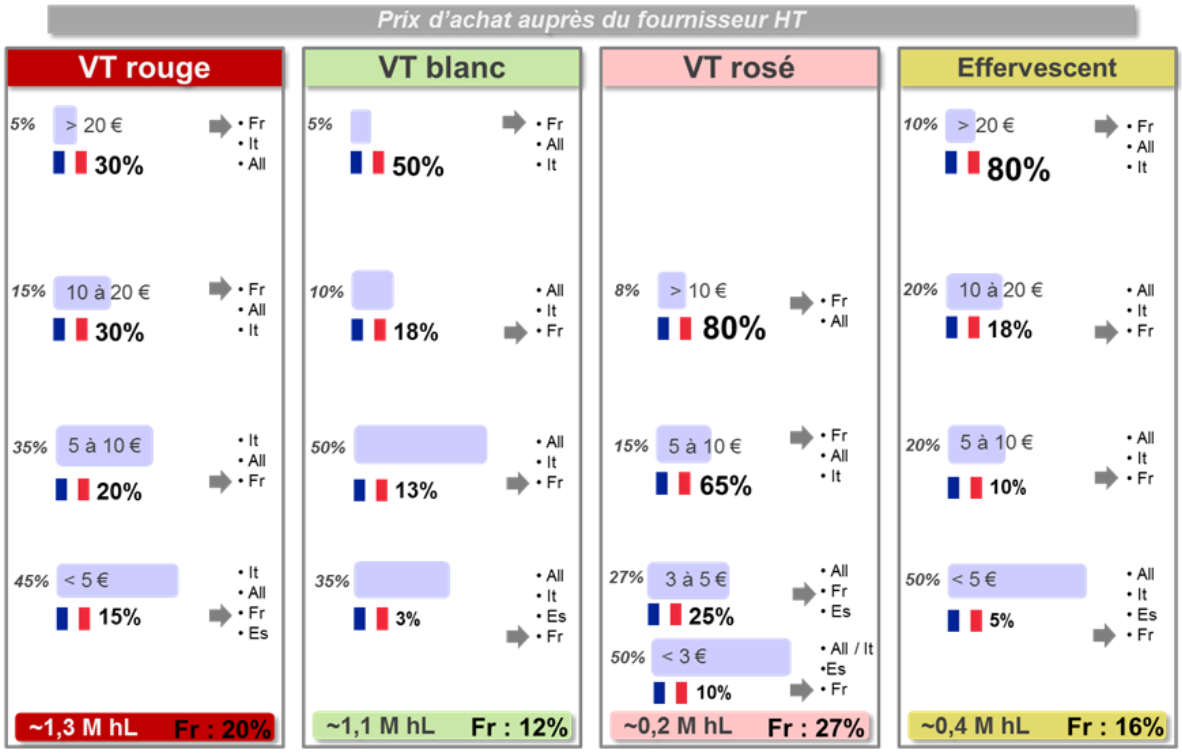
Enfin, parmi les vins effervescents, les Champagne permettent à la France d'être leader sur le haut de gamme, alors que les Crémants semblent avoir une assez bonne image, au moins dans certaines régions, sur les tranches de prix inférieures.

Cafés-Hôtels-Restaurants

Les 80 000 restaurants et 10 000 cafés allemands s'approvisionnent majoritairement auprès de distributeurs spécialisés (organisés en réseaux dans certaines régions) mais aussi de Cash and Carry comme Metro.

Les établissements plus haut de gamme ont souvent un sommelier (qui pourra le plus souvent réaliser une partie des référencements et des commandes directement auprès des domaines) bénéficiant d'une confiance qui semble forte de la part des clients pour l'accord mets-vins.

A priori, on constate une légère augmentation du prix moyen sur les cartes, au sein d'un marché du vin en CHR globalement stable depuis 15 ans. Il faut noter également une offre de vin au verre dynamique, qui inclut notamment des grands volumes (de l'ordre de 20cL) avec des références variées.



La tranche 5-10€ par bouteille (prix HT d'achat par les établissements) présente apparemment la croissance la plus dynamique outre-Rhin, correspondant à des tarifs de 22 à 50€ sur carte environ – bien que les volumes restent également importants sur la tranche <5€/col. Les vins italiens et allemands semblent particulièrement bien référencés chez les grossistes, notamment pour les vins blancs, rouges et effervescents.

La France est plus présente au sein des tranches de prix les plus élevées (rouges et blancs à plus de 10€/col, vins effervescents avec le Champagne), ainsi que parmi les vins rosés, hormis les entrées de gamme.



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 :

- Veiller à l'adéquation entre la valeur perçue par le client et le prix affiché : « Un consommateur allemand ne comprend pas pourquoi il devrait payer 20€ pour un produit d'une certaine qualité qu'il pense pouvoir obtenir à 10€ »
- Travailler la valeur perçue par de la pédagogie sur la spécificité et l'authenticité des vins positionnés sur le haut de gamme
- Continuer à revendiquer l'aspect « made in France » et renforcer l'aspect culturel français lors des salons internationaux de vins (ex : ProWein, Vinitaly,…) : un Allemand sensibilisé à la culture française est plus enclin à consommer des vins hauts de gamme et notamment des vins français.
- Accroître la communication autour de la viticulture biologique française.

Contacts

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

Marie-Henriette IMBERTI – mhi@cniv.asso.fr
Floriane CHANEL – fc@cniv.asso.fr