

1. Tendances et circuits de commercialisation du vin

La consommation de boissons alcoolisées est fortement liée à la bière en Belgique. Toutefois, la consommation annuelle moyenne par habitant est en décroissance depuis plusieurs décennies et s'établit à environ 74L/hab/an en 2016. A l'inverse, la consommation de vin est passée de 18 à 25L/hab/an en une vingtaine d'années. La consommation de spiritueux est globalement stable.

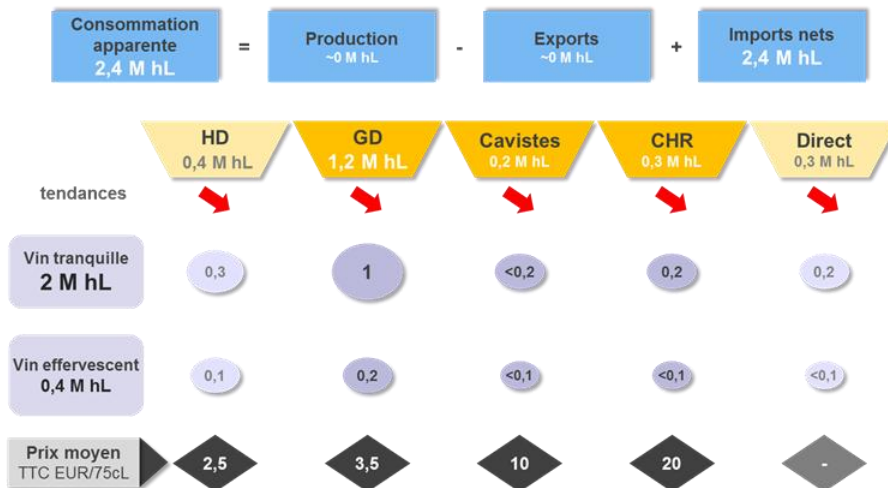
L'environnement politique belge s'inscrit en faveur d'une limitation de la consommation de boissons alcoolisées, notamment avec la mise en place d'un plan alcool en mars 2017. Mais c'est surtout la forte hausse des droits d'accises datant de fin 2015 (+30% pour les vins par exemple) qui a eu un effet important sur la distribution de spiritueux, de vins effervescents et, dans une moindre mesure, de vins tranquilles. Cette augmentation marquée a notamment eu comme impact une intensification des achats transfrontaliers en France et au Luxembourg.

Les habitudes de consommation confirment la place importante occupée par le Cava espagnol, notamment consommé à l'apéritif et en contextes festifs. Les productions artisanales de boissons alcoolisées sont également plébiscitées, et plus particulièrement le gin et les productions des micro-brasseries.

Enfin, il faut bien garder en tête les différences importantes dans le choix du vin entre les habitants des régions wallonne et flamande : par exemple, 70% des vins rosés consommés en Belgique le sont en Wallonie+Bruxelles, alors que 70% des vins du Nouveau Monde consommés en Belgique le sont en Flandres !

Estimation de la consommation apparente du vin par circuit

(M hL pour million d'hectolitres - Sources GfK, Statbel, In Vino Veritas-Business France)



Suite à l'augmentation importante des droits d'accises (qui a plus particulièrement concerné les spiritueux et les vins effervescents) les achats transfrontaliers de boissons alcoolisées ont fortement cru (notamment dans les supermarchés français situés à proximité immédiate de la frontière). Aussi, les ventes de vin sur le territoire belge sont en retrait pour tous les circuits de distribution.

Les super et hypermarchés restent le principal canal de distribution de vin en Belgique, avec des enseignes comme Delhaize, Colruyt et Carrefour notamment. Le poids des marques de distributeurs, souvent mises en bouteilles sur place à partir de vins importés en vrac, semble s'accroître avec une compétition intense sur les prix entre les principaux groupes de distribution.



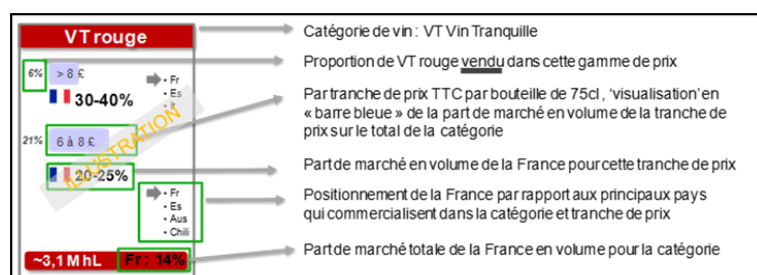
2. Dynamique des importations de vin

Données GTA	Vin tranquille < 2L	Vin tranquille > 2L	Vin effervescent
Volume 2016 (1000 hL)	1 724	841	384
Evolution volume 2010-2016	-7%	+13%	+8%
Evolution prix €/L 2010-2016	+8%	+10%	-0,2%
Top 5 exportateurs Volume (1000 hL) et évolution volume 2010-2016	• France : 910 / -13% • Italie : 145 / -6% • Allemagne : 116 / +15% • Portugal : 116 / -8% • Espagne : 105 / -14%	• France : 319 / -33% • Allemagne : 147 / +1388% • Espagne : 108 / +77% • Afrique du Sud : 81 / +32% • Australie : 55 / +34%	• Espagne : 202 / +55% • France : 95 / -24% • Italie : 46 / +18%

Les importations de vin en Belgique connaissent plusieurs évolutions de moyen terme, et notamment une certaine substitution de volumes des contenants <2L vers des contenants >2L. La stratégie d'embouteillage local d'une enseigne comme Colruyt contribue probablement à cette évolution, de même que la progression continue du bag-in-box. En parallèle, une augmentation de la valeur par litre des imports est visible mais reste modeste en comparaison d'autres pays importateurs.

La seconde tendance observée sur le moyen terme est un tassement des positions françaises, historiquement très fortes outre-Quévrain. Certains professionnels y voient un ajustement assez inévitable au vu de la mondialisation du marché du vin, la position de la France restant dominante mais étant plus concurrencée que jamais. Concernant les vins effervescents, l'intérêt pour le Cava espagnol se confirme avec une forte hausse depuis 2010, alors que la mode Prosecco est relativement moins marquée en Belgique que dans les pays anglo-saxons.

3. Segmentation par circuit et position des vins français

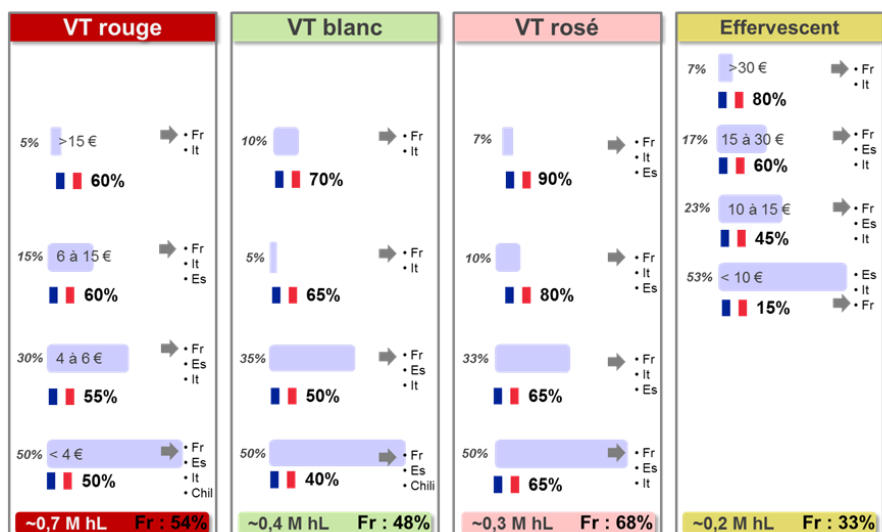


Pour chacun des circuits, la segmentation prix de l'offre par catégorie de vin est représentée sous forme graphique avec le positionnement des vins français et leurs concurrents directs. La légende des informations est expliquée sur l'illustration ci-contre.

Grande Distribution

La Grande Distribution pèse probablement pour plus de 50% de la totalité des volumes de vin distribués en Belgique, avec 3800 magasins environ, la plupart étant rattachés aux enseignes dominantes que sont Delhaize, Carrefour et Colruyt. L'offre en vin est très européenne, avec en particulier une forte présence des références françaises, et ce dans toutes les gammes de prix.

Le climat plutôt favorable à une limitation de la consommation de boissons alcoolisées – et plus particulièrement la forte hausse des droits d'accises – entraîne une baisse inédite des ventes dans les rayons vins depuis fin 2015. Cela profite apparemment aux magasins frontaliers français et luxembourgeois qui semblent réaliser des ventes record, n'hésitant d'ailleurs pas à proposer des offres promotionnelles assez agressives pour animer leurs rayons.



Globalement, les gammes de prix sont comparables pour les vins tranquilles, notamment dans les hauts de gamme.

La tranche qui concentre les volumes les plus importants est celle des vins à moins de 4€ par eq75cL, avec une présence forte de la France, mais surtout une concurrence de plus en plus vive des vins espagnols et italiens. C'est aussi sur ce segment d'entrée de gamme qu'on retrouve les vins du Nouveau Monde, notamment des vins chiliens et sud-africains.

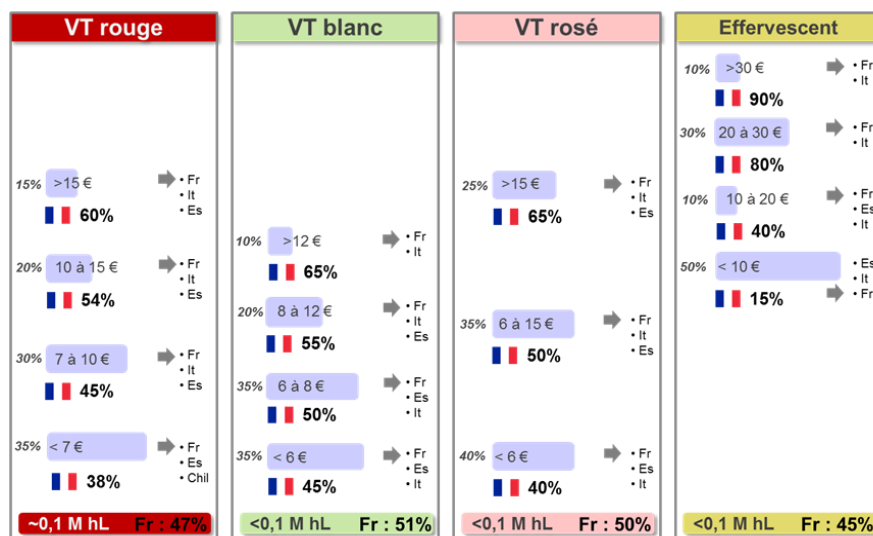
Sur les tranches de prix plus élevées, la position de la France reste forte, bien qu'elle ait - d'après certains interlocuteurs - connu une érosion progressive depuis une quinzaine d'années.

La concurrence pour les vins rouges et rosés français provient essentiellement d'Espagne, qui jouit d'une réputation de rapport qualité/prix imbattable. En outre, les vins italiens sont les plus sérieux concurrents des vins français, et ce sur toutes les tranches de prix. Enfin, ce sont les Cava espagnols qui sont plébiscités en Belgique, alors que les Crémant et les Champagne permettent aux vins français d'être plus compétitifs au-delà des 10€/bouteille.

Cavistes

On retrouve une offre très large chez plus de 700 importateurs professionnels, cavistes et commerces spécialisés en Belgique. Ces 2000 à 3000 opérateurs sont en général spécialisés sur un produit, un pays ou une région. Ils travaillent pour la plupart avec des particuliers, mais aussi avec d'autres cavistes et des établissements CHR.

Les ventes sont plus éclatées qu'en Grande Distribution. L'entrée et surtout le cœur de gamme représentent 85% des volumes. Dès que l'on franchit cette frontière vers le haut de gamme, les volumes sont bien moindres : 15 à 20 % des ventes.



Pour les vins tranquilles, les ventes sont donc assez bien réparties sur les trois premières tranches de prix jusqu'à 15 €. Le rosé fait exception : les professionnels cavistes vendent peu de rosé et les volumes vendus au-dessus de 15 € sont peu importantes. Les vins blancs moelleux sont, quant à eux, complètement délaissés par le consommateur.

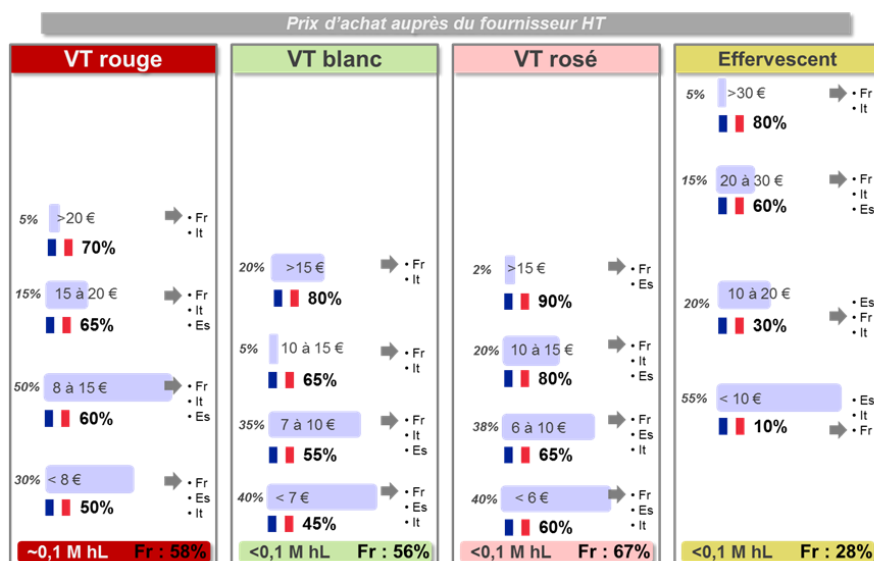
Pour les vins effervescents, les volumes sont majoritairement répartis entre les vins entrée de gamme (Cava, Prosecco) et les Champagnes entre 20 et 30 €.

Comme en grande distribution, les principaux concurrents de la France sont l'Espagne et l'Italie. L'Espagne est très performante sur l'entrée de gamme et même ultra dominante pour les vins effervescents. L'Italie est le seul pays à venir concurrencer la France sur des vins haut de gamme. Il ne faut pas négliger dans la partie wallonne du pays l'importance de la communauté italienne et l'intérêt grandissant des consommateurs belges pour le vin italien.

Cafés-Hôtels-Restaurants

Le circuit CHR en Belgique représente environ 47 000 établissements dont 25 000 restaurants, 19 000 cafés et 3 655 entreprises de catering. Nombre de restaurateurs -au moins 25%-s'approvisionneraient en direct auprès des vignerons au moins pour une partie de leur offre, qui est souvent très éclatée et dominée par les vins français. Pour les restaurants, les prix moyens des vins affichés sur les cartes s'élèvent entre 12 et 15 € pour les établissements d'entrée de gamme, et à plus de 30 € pour les plus huppés.

La majorité des volumes est vendue sur les tranches de prix entrée et moyen de gamme. Pour les vins tranquilles comme pour les effervescents, les volumes suivent globalement les mêmes proportions selon les tranches de prix. Les vins français représentent entre 45 % et 90 % des ventes en volume pour les différentes gammes de vins tranquilles. Comme pour les autres circuits de distribution, la France a davantage de concurrents sur les vins entrée de gamme, et domine assez largement sur les vins haut de gamme.



La France domine l'offre et les ventes de vins rouges quelle que soit la tranche de prix. Les vins apparemment les plus vendus le sont entre 8 et 15€, qui sortiraient à plus de 30 € sur la carte des restaurateurs.

Les vins effervescents d'entrée de gamme sont largement dominés par l'Espagne suivie de l'Italie. Bien qu'elle arrive en 3^{ème} position, la France a trop peu de produits sur ce segment pour réellement concurrencer ces deux pays.

Pour le segment haut de gamme des vins effervescents, une concurrence forte semble exister entre les distributeurs qui représentent chacun une maison de champagne, sur un marché assez restreint sur lequel les producteurs sont également présents en direct.

5. 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 :

- Même si les vins français sont très appréciés, l'image qu'ils renvoient est vieillissante ou jugée trop classique comparée à leurs concurrents : selon les professionnels, faire un vrai travail sur les étiquettes paraît indispensable, de même que moderniser le packaging, sans galvauder l'identité des vins français.
- Une exigence de qualité qui n'est pas toujours à la hauteur de leurs concurrents : renforcer le contrôle qualité de la production pour éviter que de mauvais vins arrivent sur le marché
- Une certaine incompréhension des consommateurs vis-à-vis de l'organisation des appellations : travailler à clarifier le positionnement prix des différents vins des vignobles, à travers une hiérarchisation marketing clarifiée ou des dénominations simples et parlantes (cf Espagne Joven, Crianza, Reserva, Gran Reserva)...
- Une présence sur le terrain et une reconnaissance des professionnels belges qui pourraient être plus importantes, notamment pour le commerce traditionnel (cavistes, CHR). Les appellations devraient également se déplacer davantage sur le terrain en Belgique pour rencontrer les professionnels du secteur, animer le réseau, comme le fait la Californie par exemple.

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