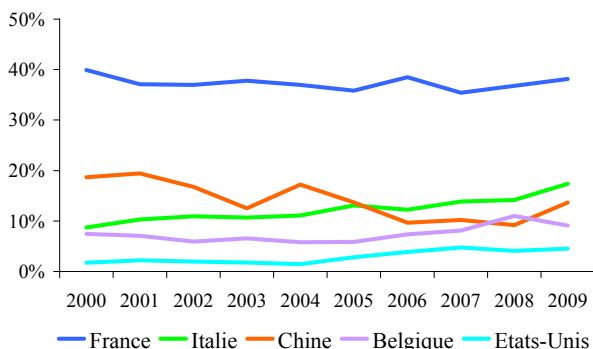




### La France : leader mondial des exportations d'eaux minérales et gazéifiées

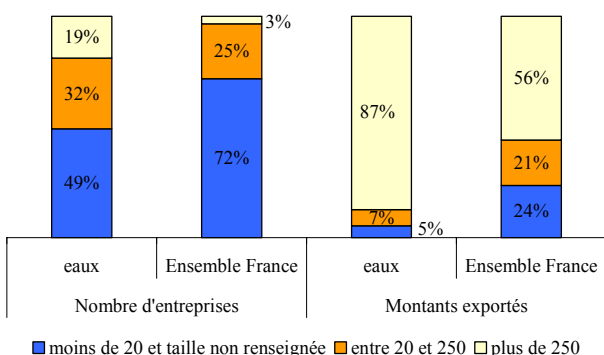
La France, premier exportateur d'eaux minérales et gazéifiées, détient 40 % des parts de marché mondiales. Les échanges d'eaux minérales et gazéifiées sont structurellement excédentaires, même si l'excédent se réduit depuis 2007, en lien avec la crise économique et la sensibilité croissante des consommateurs aux problèmes environnementaux, dans un contexte de concurrence accrue avec l'eau du robinet. Les grands groupes, qui dominent le marché national, tendent à diversifier leurs ventes en se positionnant sur le segment plus dynamique des autres boissons non alcooliques (eaux aromatisées, boissons sucrées). Ils renforcent également leur présence sur les marchés émergents à forte croissance.

#### Part de la France dans les exportations mondiales d'eaux minérales et gazéifiées



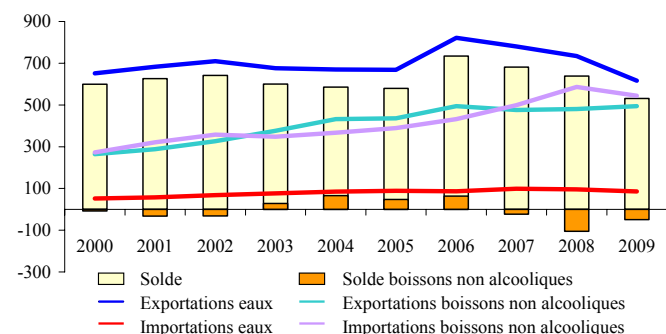
Source : ONU

#### Structure des entreprises exportatrices d'eaux minérales et gazéifiées par tranche de salariés en 2009



Source : Douanes

#### Evolution annuelle des échanges d'eaux et autres boissons non alcooliques (millions d'euros)



Source : Douanes – Données CAF/FAB brutes collectées

#### La France, leader mondial des exportations d'eaux minérales et gazéifiées

La France, disposant de ressources en eau abondantes et de qualité, est le premier exportateur mondial d'eaux minérales et gazéifiées. Sa part de marché est relativement stable, autour de 40 %, dans un marché mondial en forte croissance entre 2000 et 2008 (+9 % par an en moyenne), loin devant l'Italie (17 %) et la Chine (14 %). Les ventes d'eau de la France baissent depuis 2007, mais il en va de même chez certains de ses principaux concurrents, d'où le maintien de sa part de marché. Le segment des autres boissons non alcooliques (eaux aromatisées, boissons sucrées) est cependant deux fois plus dynamique à l'exportation (+17 % en moyenne entre 2000 et 2008). La France n'y arrive qu'au sixième rang mondial, les trois premiers exportateurs étant l'Autriche, la Belgique et le Royaume-Uni.

La forte concentration des entreprises exportatrices d'eaux opérant sur le territoire national, qui leur permet de mieux supporter des coûts élevés de marketing, de publicité et de R&D, favorise leur projection à l'international. En 2009, les entreprises de plus de 250 salariés représentent 19 % des entreprises exportatrices d'eaux (3 % pour l'ensemble des firmes exportatrices françaises) et 87 % des ventes (contre 56 %). Les dix premiers exportateurs captent à eux seuls 95 % des ventes et deux grands groupes dominent à l'exportation. La tendance générale est plutôt à une concentration accrue, avec 300 exportateurs en 2009, après 350 en 2000.

#### Solde de l'eau structurellement excédentaire

Le solde commercial français des eaux minérales et gazéifiées est structurellement excédentaire. L'excédent a néanmoins tendance à s'amenuiser depuis 2007, en raison du recul des exportations, qui touche l'ensemble des opérateurs : il atteint ainsi 530 millions d'euros en 2009, après un maximum à 735 millions en 2006. Ce repli des ventes s'explique notamment par la concurrence de l'eau du robinet et la montée des préoccupations

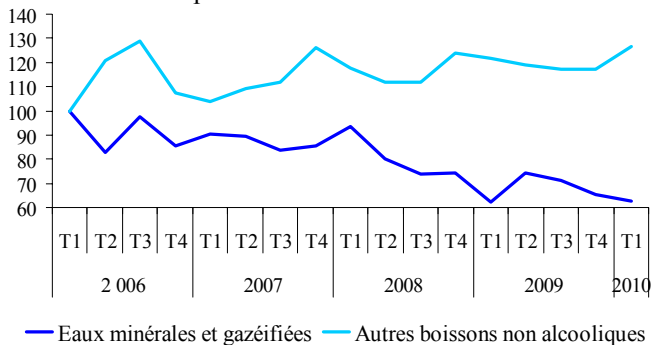




environnementales, sur lesquelles se sont greffés les effets de la crise économique. A ce stade, on ne perçoit pas encore de signes clairs de reprise : après un rebond temporaire au deuxième trimestre 2009, les exportations d'eaux tardent à se redresser. Elles fléchissent ainsi de 16 % en 2009 (-6 % en 2008) et de 4 % au premier trimestre 2010 par rapport au trimestre précédent.

## Evolution trimestrielle des exportations d'eaux et autres boissons non alcooliques

Indice base 100 au premier trimestre 2006



Source : Douanes – Données FAB CVS/CJO

Les autres boissons non alcooliques, soit la moitié des ventes d'eaux et autres boissons non alcooliques, constituent un segment dynamique à l'exportation. Les entreprises exportatrices tendent de ce fait à diversifier leur activité en se positionnant sur ces créneaux porteurs. Entre 2000 et 2006, la croissance des ventes françaises des autres boissons non alcooliques s'est établie à +11 % l'an en moyenne (+4 % pour l'eau minérale). Elles sont également moins affectées par la crise (+3 % en 2009). Dans ce domaine, la France est néanmoins importatrice nette et accuse un déficit de 49 millions en 2009, après 105 millions d'euros en 2008.

## Forte croissance des ventes d'eaux minérales et gazéifiées vers les pays émergents

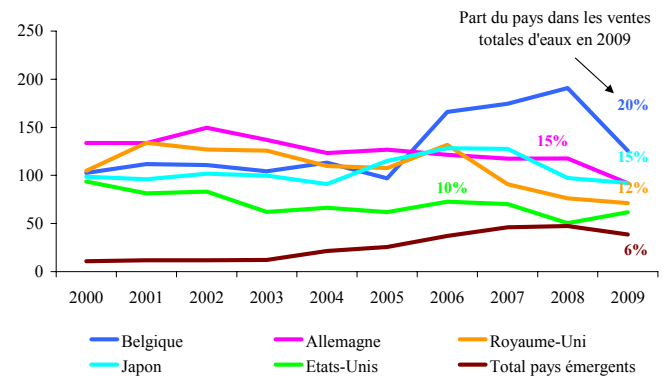
Face au déclin de leurs ventes, les entreprises de l'industrie des eaux minérales et gazéifiées, renforcent leurs positions sur les marchés émergents.

Les pays développés, notamment d'Amérique du Nord et d'Union européenne, constituent en effet des marchés matures, avec des perspectives de croissance désormais limitées. Si leur part dans les ventes d'eaux reste prépondérante, elle a tendance à diminuer (82 % en 2009, après 90 % en 2000) au profit des pays émergents (6 % des

ventes d'eau, après 2 % en 2000). Depuis 2007, le Royaume-Uni, la Belgique et le Japon sont les pays développés qui contribuent le plus à la baisse des ventes. Les expéditions d'eau vers la Belgique, qui sert de base de réexportation vers certains pays tiers à l'Union européenne, notamment vers le Japon et les Etats-Unis, demeurent toutefois dynamiques jusqu'en 2008 avant de baisser fortement en 2009.

## Evolution annuelle des exportations d'eaux minérales et gazéifiées par pays

Millions d'euros



Source : Douanes - Données FAB brutes, collectées

En revanche, les ventes d'eaux vers les pays émergents progressent fortement depuis 2004 (+31 % en moyenne par an entre 2003 et 2008), notamment vers la Russie, Hong-Kong et la Chine, même si elles n'échappent pas au contrecoup de la crise économique et financière en 2009 (-19 %). La forte croissance de la demande émergente est notamment alimentée par les difficultés d'accès à l'eau potable dans certains pays et l'augmentation du niveau de vie.

Les grands groupes implantés en France et spécialisés dans l'eau sont également présents dans d'autres pays. Ils y disposent la plupart du temps de leur propre site de production, qui permet de desservir les marchés locaux, ce qui contraint pour partie les ventes effectuées à partir du territoire français, plus particulièrement celles à destination des pays émergents lointains.

### Méthodologie et sources

Cette analyse s'appuie principalement sur les données douanières des SH4 2201 (eaux minérales et gazéifiées) et 2202 (eaux aromatisées, boissons sucrées, à l'exclusion des jus de fruit).

Evolution des échanges des eaux et autres boissons non alcooliques	SH4	Niveaux (millions d'euros) 2009			Structure (%) 2009		Croissance (%)			
		Exportations	Importations	Solde	Exportations	Importations	Exportations		Importations	
							2008/2000	2009/2008	2008/2000	2009/2008
Ensemble		1 110	629	481	100,0%	100,0%	32,7%	-8,6%	110,5%	-7,7%
Eaux minérales et gazéifiées	2201	616	86	530	55,5%	13,6%	12,7%	-16,1%	85,1%	-10,5%
Autres boissons non alcooliques	2202	494	544	-49	44,5%	86,4%	81,9%	2,9%	115,3%	-7,2%

Source : Douanes - Données CAF/FAB brutes, collectées