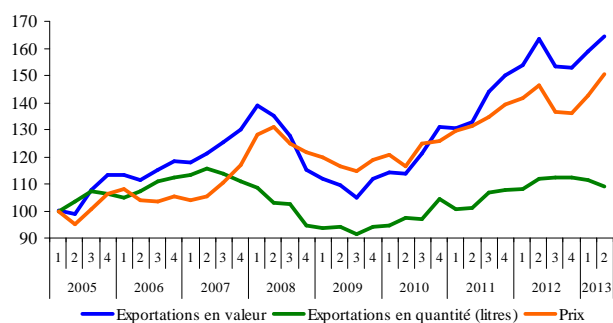




La reprise des exportations françaises de vins est tirée par le « haut de gamme »

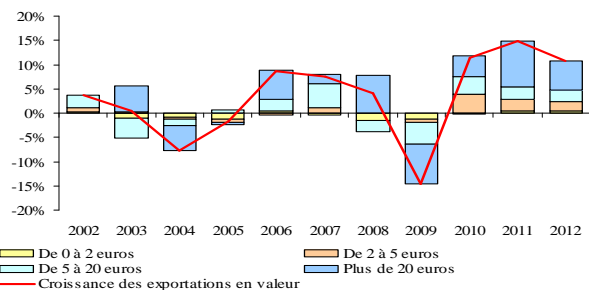
Après un repli marqué lors de la récession de 2009, les exportations de vins (hors champagne) repartent de l'avant pour atteindre un montant record de 5,6 milliards d'euros en 2012. Cette performance s'explique par le dynamisme des vins « haut de gamme » (ceux dont le prix au litre est supérieur à 20 euros), lié à l'augmentation des quantités écoulées, comme à celle des prix moyens. Sur ce segment, les ventes sont tirées par la Chine et Hong-Kong, ainsi que par le Royaume-Uni et les Etats-Unis.

Graph.1 : Evolution trimestrielle des exportations de vins (indice base 100 au premier trimestre 2005)



Source : Douanes – Données collectées FAB CVS/CJO

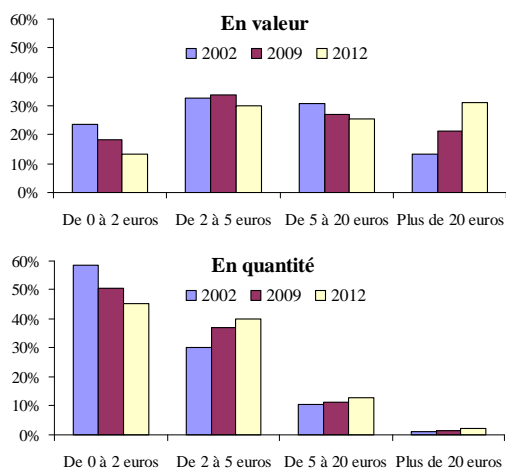
Graph.2 : Contributions à l'évolution des exportations de vins en valeur par gamme de prix



Source : Douanes – Données collectées FAB brutes

Guide de lecture : En 2012, les ventes de vins de plus de 20 euros contribuent à hauteur de 6,1 points à la hausse des exportations totales de vins en valeur (+10,7%).

Graph.3 : Structure des exportations de vins par gamme de prix



Source : Douanes – Données collectées FAB brutes

Reprise des exportations de vins depuis 2009

Après un creux lors de la récession de 2009, les exportations de vins (hors champagne) repartent de l'avant (voir graph.1). Elles progressent d'environ 9% par an en valeur entre 2009 et 2012, pour atteindre un montant record de 5,6 milliards d'euros en 2012. Les importations se réduisant à 0,6 milliard, l'excédent commercial des vins s'élève ainsi à 5 milliards.

La reprise des exportations de vins est tirée à la fois par la hausse du prix moyen et celle des quantités acheminées en litres (+6% en moyenne par an dans chacun des deux cas). La tendance à l'augmentation des ventes en valeur se poursuit au premier semestre 2013, mais traduit une croissance du prix moyen nettement supérieure au taux d'inflation (+2,2% en 2012), tandis que les quantités s'essouffent, en lien avec la faiblesse de la récolte viticole française l'année précédente due aux conditions climatiques défavorables.

La montée en gamme se poursuit

Le « haut de gamme » continue à être le principal moteur de la croissance des ventes de vins à l'international (voir graph.2). Après une chute importante en 2009, les exportations de vins de « haut de gamme » (ceux dont le prix au litre est supérieur à 20 euros) connaissent une croissance rapide. Ils expliquent ainsi plus de la moitié de la hausse des exportations en valeur entre 2009 et 2012.

Ce dynamisme des vins « haut de gamme » s'explique par l'expansion des quantités exportées et par une hausse du prix moyen. En définitive, la part des vins « haut de gamme » dans les exportations en valeur reste modeste mais tend à s'élargir au détriment des vins « bon marché » (moins de 2 euros). En 2012, les vins « haut de gamme » constituent ainsi 31% des exportations en valeur, contre 2% pour les quantités exportées (voir graph.3).

Les vins du « milieu de gamme », dont les prix s'étagent entre 2 et 20 euros, expliquent le reste du redressement des exportations de vins depuis 2009. Leur croissance vient surtout de la progression des quantités.

A l'autre extrémité de la chaîne,



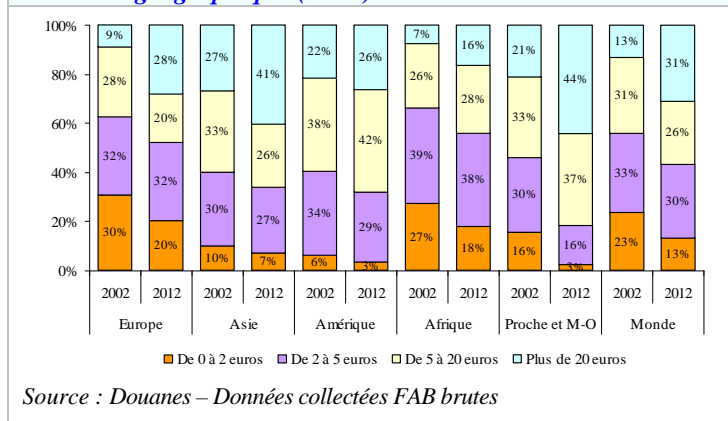


les vins « bon marché », à moins de 2 euros, ne participent que de façon très marginale à la bonne tenue des ventes de vins depuis 2009, en raison de la quasi-stagnation des quantités exportées. En 2012, ils représentent 13% des exportations en valeur, mais encore près de la moitié des quantités vendues.

Des ventes tirées essentiellement par le marché asiatique

L'Europe, principal débouché des exportations de vins français, absorbe la moitié des ventes. Cinq pays européens figurent parmi les dix premiers clients de la France. Le Royaume-Uni, qui représente près d'un tiers des ventes en Europe, a tiré la croissance des exportations de vins en 2012, notamment sur le segment des vins « haut de gamme » (augmentation à la fois de la quantité exportée et du prix moyen). Sur ce même segment, les ventes vers la Suisse sont aussi orientées à la hausse. Vers l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas, les exportations se caractérisent par le poids plus important des vins de gammes de prix inférieur.

Graph.4 : Structure par gamme de prix des exportations de vins en valeur en 2002 et 2012, selon la destination géographique (en %)



Le marché asiatique demeure cependant le plus porteur. Entre 2009 et 2012, les ventes de vins vers l'Asie enregistrent une croissance de +30% par an en moyenne, contre +12% pour l'ensemble des destinations et +6% pour l'Europe. En 2012, l'Asie représente 27% des ventes totales de vins, après 17% en 2009. Elle contribue pour moitié à l'évolution des exportations totales entre 2009 et 2012. Ce dynamisme tient d'abord à la forte poussée de la quantité vendue (en litres), qui double en l'espace de quatre ans, alors qu'elle ne croît que faiblement vers le marché européen. Il vient aussi de la hausse du prix moyen des vins écoulés sur ce marché. De fait, le segment du « haut de gamme » s'avère le plus dynamique. Il représente 41% des ventes en valeur vers l'Asie, contre 27% en 2002 (voir graph.4).

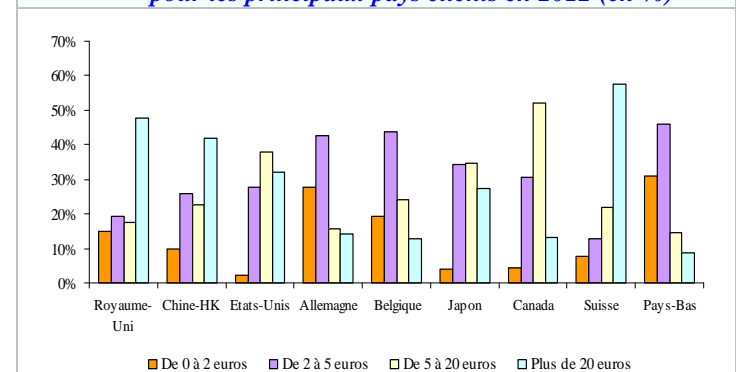
La Chine, élargie à Hong-Kong, est le principal client asiatique et la deuxième destination des exportations de vins français (15% des ventes en 2012, contre moins de 1% en 2002). Pendant la crise de 2009, le marché chinois a mieux résisté, comparé aux autres destinations. Il a également tiré

la reprise en 2010 et 2011, avant de s'essouffler l'année suivante. Les exportations vers Hong-Kong, constituées essentiellement de vins « haut de gamme », se distinguent de celles destinées à la Chine continentale, situées davantage dans la gamme de prix intermédiaire. Le Japon, qui absorbe 7% des exportations totales de vins, est le deuxième marché asiatique.

Le marché américain, essentiellement les Etats-Unis et le Canada, est la troisième zone de destination des ventes de vins français, représentant 18% des exportations de vins en valeur. Les ventes destinées à cette zone sont très dynamiques depuis la reprise de 2010, grâce surtout à l'augmentation du prix moyen dans le « haut de gamme ». Les vins de « milieu et de haut de gamme » constituent en effet le gros des ventes françaises vers l'Amérique.

Les ventes vers les autres zones restent marginales : l'Afrique et le Proche et Moyen-Orient ne pèsent qu'environ 1% chacun. Ces deux zones ont toutefois des structures par gamme de prix très différentes, le « haut de gamme » représentant 44% des exportations de vins vers le Proche et Moyen-Orient, contre 16% seulement pour l'Afrique.

Graph.5 : Structure des exportations de vins en valeur, pour les principaux pays clients en 2012 (en %)



Méthodologie et source

Cette étude s'appuie sur les données douanières, dont le champ est constitué par les produits de la nomenclature SH4 = 2204, à l'exclusion du champagne (NC8=22041011). Les quatre gammes de « prix » au litre du vin ont été définies à partir de la distribution des valeurs unitaires (valeurs divisées par quantités) observées au niveau des lignes de déclarations douanières et statistiques (DAU et DEB). Les valeurs unitaires du commerce extérieur peuvent différer fortement des prix du marché.

Une première étude, utilisant la même méthodologie, a été publiée dans « [Etudes et éclairages n°6, juin 2009](#) ». Une analyse des produits de luxe (dont les vins) figure également dans « [Etudes et éclairages n°38, mars 2013](#) », avec une méthodologie légèrement différente.