

LE MARCHES INTERNATIONNALE **DU VIN**

I°) Introduction :

Ce rapport va analyser l'évolution du marché du vin sur la période des quarante dernières années et montrer la croissance exponentielle de ce dernier, ainsi que la mutation des grandes entreprises en « firmes multinationales de l'industrie du vin »(FMIV)par rapport à une multitude de petites entreprises. Dans une première partie nous allons revenir succinctement sur l'histoire de la longue période du marché du vin. Ensuite nous allons analyser l'essor de l'ouverture internationale du marché du fait du déplacement quantitatif et qualitatif de la demande par les nouveaux producteurs(comme l'Australie, le Chili ou encore la Californie). Dans une troisième parties nous parlerons des exportations et importations mondiale de vin (en parallèle nous montrerons les statistiques concernant le marché Français). Pour finir nous présenterons les principales acteurs, entreprises qui font que ce marchés est en pleine mutation.

II°) Historique :

On peut distinguer très schématiquement quatre époques dans la dynamique de longue période du marché du vin.

Dans une première période, voici 2000 ans, ce produit, typiquement méditerranéen, comme l'huile d'olive ou le blé dur, a vu ses échanges commerciaux stimulés par l'organisation administrative et les infrastructures mises en place par l'empire romain, véritable « marché unique » quadrillé par cent mille kilomètres de voies, avec des règles de fonctionnement et une fiscalité.

Dans un second temps, durant la révolution industrielle du charbon, de l'acier et de l'électricité, il s'est créé en Europe un vaste marché de consommation approvisionné sur une base nationale de production ou d'assemblage par des négociants. Les pays producteurs traditionnels du nord du bassin méditerranéen (Espagne, France, Italie, Portugal) qui dominaient largement l'offre mondiale ont alors consacré le vin comme première boisson nationale. Ces pays étaient caractérisés par un faible taux d'exportation à l'exception du Portugal en raison du courant d'affaires traditionnel vers le Royaume Uni des vins de Porto.

La troisième période, que l'on peut faire débuter dans les années 1980, est marquée, dans les pays développés, par l'achèvement de la révolution technique agricole, l'urbanisation et la tertiarisation de l'économie, l'avènement de la mondialisation. Il en est résulté un déclin de la consommation dans les pays producteurs traditionnels de la CEE qui a entraîné des mesures de restriction de l'offre de vin par arrachage des vignes. Dans le même temps, la demande de vin connaissait une croissance significative dans des pays non consommateurs traditionnels (Amérique du Nord, Europe septentrionale, Asie), à la recherche d'une diversification de leur modèle alimentaire.

Ces opportunités de développement du marché du vin ont été perçues dès la fin des années 1980 par certains pays d'Amérique latine et surtout d'Océanie qui ont mis en place de véritables stratégies de conquête tandis que la vieille Europe s'enlisait dans une sur son marché intérieur et de très conflictuelles et coûteuses opérations de régulation de la production.

Une quatrième phase de cette évolution sur le long terme est probablement en train de démarrer avec, d'une part l'essoufflement des nouveaux pays producteurs, et, d'autre part, une salutaire prise de conscience des réalités socio-économiques par les pays producteurs traditionnels. Cette quatrième phase est celle de la globalisation du marché et du redéploiement des acteurs du fait que la maturation d'un marché se caractérise par une sophistication des produits (plus grandes exigences des consommateurs en termes de segmentation de l'offre, de qualité des produits et de services associés), par une intensification de la concurrence.

III°) l'essor de l'ouverture internationale du marché :

Selon les statistiques de la FAO (Full of Agriculture Organisation), la production mondiale de vin est passée de 24,9 millions de tonnes en moyenne triennale en 1961-63 à 27,1 millions de tonnes en moyenne en 2001-03, soit une croissance inférieure à 10 % en 40 ans.

On note un pic de production à 34,8 millions de tonnes en 1979-81 et donc un reflux de 20 % dans les 20 dernières années, ce qui signifie que les apports des nouveaux pays producteurs n'ont pas compensé la chute de ceux des pays producteurs traditionnels (PPT).

Part du marché mondiale sur 3 ans

Zones	Part du marché mondial (sur 3 ans)			Evolution	
	1962	1980	2001	62 -> 80	80 -> 01
Europe de l'Ouest	66,2	63	60	+ 33 %	- 23 %
Europe de l'Est	7	7,8	6,7	+ 55 %	- 31 %
N.P. producteur	14,4	16,7	26,5	+ 63 %	+ 27 %
Total 3 zones	87,6	87,5	93,3	+ 40 %	- 14 %
Production mondiale	24,9	34,8	27,9	+ 40 %	- 20 %
Total monde	100	100	100		f

Une analyse des parts de marché détenues par chacune des grandes zones de production montre que si l'Europe occidentale garde le premier rang, l'érosion est forte avec une perte de 6 points en 40 ans tandis que Nouveaux Pays Producteurs (NPP) progressent de 12 points, ce qui signifie que les gains des PNM ont également été acquis sur d'autres pays, notamment ceux de l'ex-URSS. On confirme, avec le calcul des évolutions sur 20 ans, que 1980 constitue un tournant dans la production européenne : hausse en deçà, baisse au-delà. Les pays ayant connu les plus fortes croissances à partir de 1980 sont la Chine (x 5), l'Australie (+ 181 %), la Nouvelle Zélande (+ 52 %), les Etats-Unis (+ 49 %) et enfin – exception en Europe – l'Allemagne (+ 40 %). Les chutes de production sont moins spectaculaires car elles concernent de grands pays viticoles : Espagne (- 12 %), France (- 21 %), Portugal (-34 %), Italie (-38 %) et enfin Argentine avec(-43 %).

Au début du millénaire, les « millionnaires » de la production de vin sont au nombre de 7 : France, Italie, Espagne, Etats-Unis, Argentine, Chine, Australie.

Les 5 plus important pays producteur

Pays	Production (m t)	Proportion mondial	Croissance PDM
1 - France	5572	18%	- 0,3
2 - Italie	5023	18%	- 5,2
3 - Espagne	3638	13%	+ 1,1
4 - U-S-A	2500	9%	+ 4,2
5 - Argentine	1351	5%	-2,1

L'internationalisation du secteur s'exprime à travers la croissance des exportations mondiales dont le volume a été multiplié par un facteur 2,4 entre 1962 et 2001 en moyennes centrées, alors que la production entre ces deux dates a stagné. Pour les PNM, il s'agit d'une véritable envolée : d'environ 30 mille tonnes jusqu'à la fin des années 1960, les exportations sont passées à 70 mille t en 1980, 240 mille t en 1990 pour atteindre près de 1,4 million de t en 2002. L'Europe (tant occidentale qu'orientale) a connu une forte progression de ses exportations entre 1962 et 1980, de l'ordre de 300 %. Au cours des 20 années suivantes, l'Europe occidentale a très faiblement progressé (+ 25 %) tandis que les pays d'Europe centrale et orientale accusaient une chute de 57 %.

IV°) Exportations et Importations :

1.a) Les exportations mondiale :

Zones	Part des exportation mondial en m3 (sur 3 ans)			Evolution	
	1962	1980	2001	62 -> 80	80 -> 01
Europe de l'Ouest	35,8	75,8	69,8	+ 281 %	+ 25 %
Europe de l'Est	6,8	15	4,8	+ 296 %	- 57 %
N.P. producteur	1,2	1,7	21,5	+ 147 %	+ 1648 %
Total 3 zones	43,9	92,5	96,1	+ 276 %	+ 41 %
Production mondiale	2,7	4,4	6,5	+80 %	+ 35 %
Total monde	100	100	100		

Le marché international reste encore dominé par les producteurs traditionnels qui détiennent 70 % des exportations en volume. Certes, les nouveaux producteurs ne font que 20 % du marché, mais leur potentiel de croissance reste élevé. On remarquera que la place de l'Europe de l'Ouest n'était que de 36 % au début des années 60. Un opérateur de taille (en fait le premier exportateur mondial) a disparu du marché entre temps : il s'agit de l'Algérie qui, en 1962 a atteint 51 % des exportations totales en volume (près de 15 millions d'hl) et 33 % en valeur. Le retour de ce pays sur la scène internationale pourrait amener de profonds bouleversements du marché mondial. Si cette hypothèse demeure éloignée, les 2 pays voisins du Maghreb (Maroc et Tunisie) qui disposent également d'un bon potentiel agroclimatique accueillent depuis peu des investisseurs étrangers (notamment le groupe Castel), ce qui pourrait modifier la carte stratégique de l'industrie euro-méditerranéenne du vin.

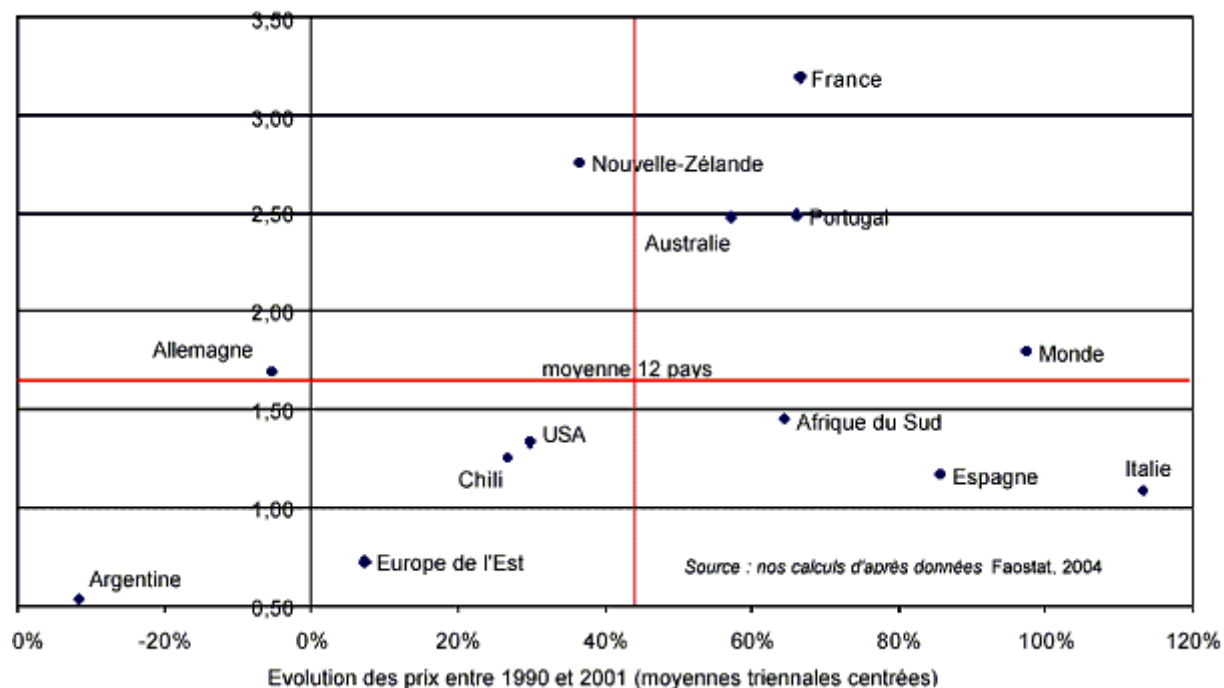
En moyenne triennale 2000-2002, les leaders mondiaux étaient les suivants, sur un marché estimé à 13,2 milliards de \$:

Top 5 du marché international du vin en 2000-2002 (moyenne)

Pays	Production (m \$)	Proportion mondiale	Croissance PDM
1 - France	5576	38,4%	+ 0,1
2 - Italie	2370	17,9%	- 2,0
3 - Espagne	1160	8,8%	+ 0,5
4 - Australie	1060	8,0%	+ 7,8
5 - Chili	609	4,6%	+ 4,2

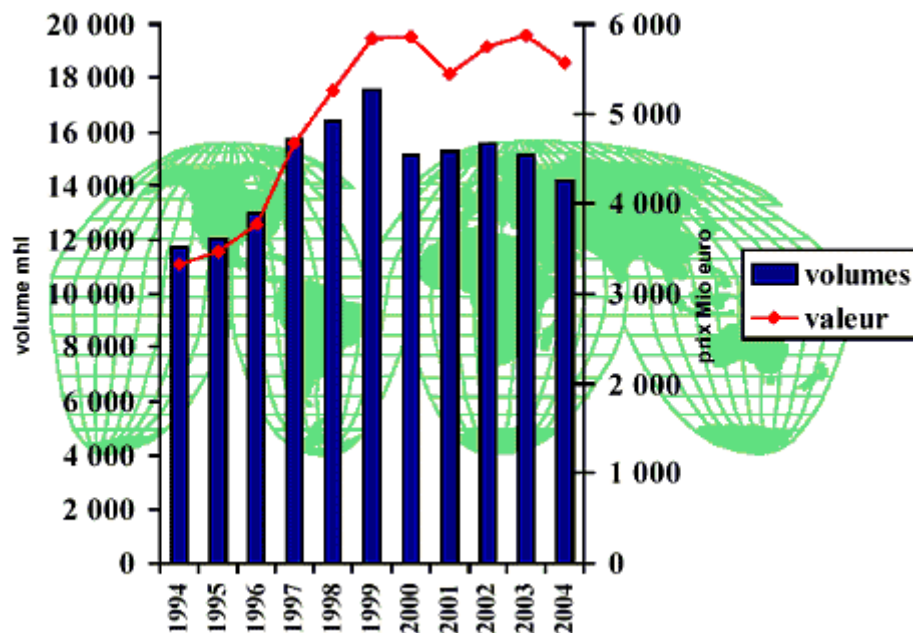
Le taux d'intégration au marché international peut être approché par le ratio Export/Production. Ce ratio ne peut être estimé qu'en volume. On constate qu'il est passé de 11 % en moyenne 1961-63 à 23 % en 2000-02. Il reste élevé en moyenne pour l'Europe occidentale (27 %, contre 6 % au début de la période), ce qui constitue une remarquable performance de conquête de nouveaux marchés. Les NPP progressent de 1 % à 19 %, avec une forte hétérogénéité selon les pays, en fonction de l'importance de leur marché intérieur. Ainsi le Chili a le plus fort ratio en 2000-02 (68 %), alors que les Etats-Unis sont à 11 %. Australie et Nouvelle-Zélande sont respectivement à 37 et 42 %. La vulnérabilité de ces 2 pays et du Chili est forte vis-à-vis de marchés extérieurs, souvent très lointains, alors que les pays européens et les Etats-Unis, adossés à une vaste demande domestique sont moins exposés, ce qui explique la stratégie active de consolidation des firmes australiennes sur les Etats-Unis comme on le verra dans la 2^{ème} partie.

Positionnement - prix des pays exportateurs de vin



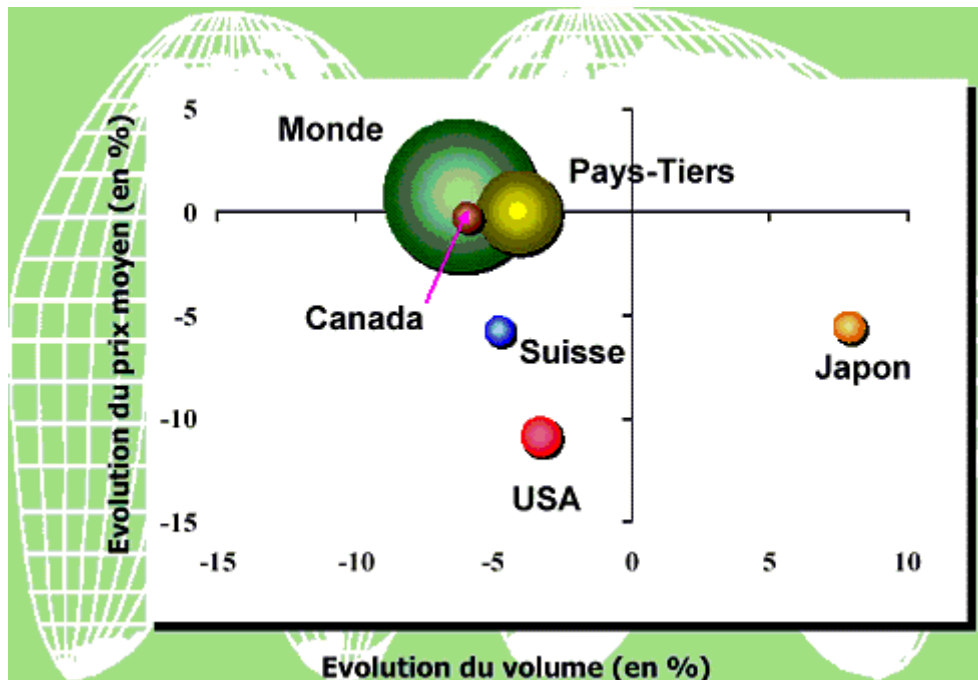
1.b) Les exportations Française :

Les exportations de vin en France depuis dix ans :



En 2004, les exportations françaises de vin ont reculé de 6,2 % soit -936 mhl à 14,2 millions d'hl et de 5,4 % en valeur à 5,56 milliards d'euros.

Les exportations de vins français à 12 mois 2004 / 12 mois 2003



Parmi les 10 premiers clients de la France le Japon est le seul où les vins français progressent (+7,9 % en volume et + 1,9 % en valeur). Plus largement, le bloc asiatique constitué des 7 premiers importateurs de cette région du monde (Japon 637 mhl, Taïwan 69 mhl, Hong Kong 52 mhl ; Saïgon pour 50 mhl ; Corée du Sud 47 mhl, Thaïlande 22 mhl et Malaisie 16 mhl) et le théâtre d'une progression générale des vins français + 12 % en volume et +15 % en valeur avec des évolutions de prix unitaires qui ne sont négatives qu'au Japon et à Taïwan.

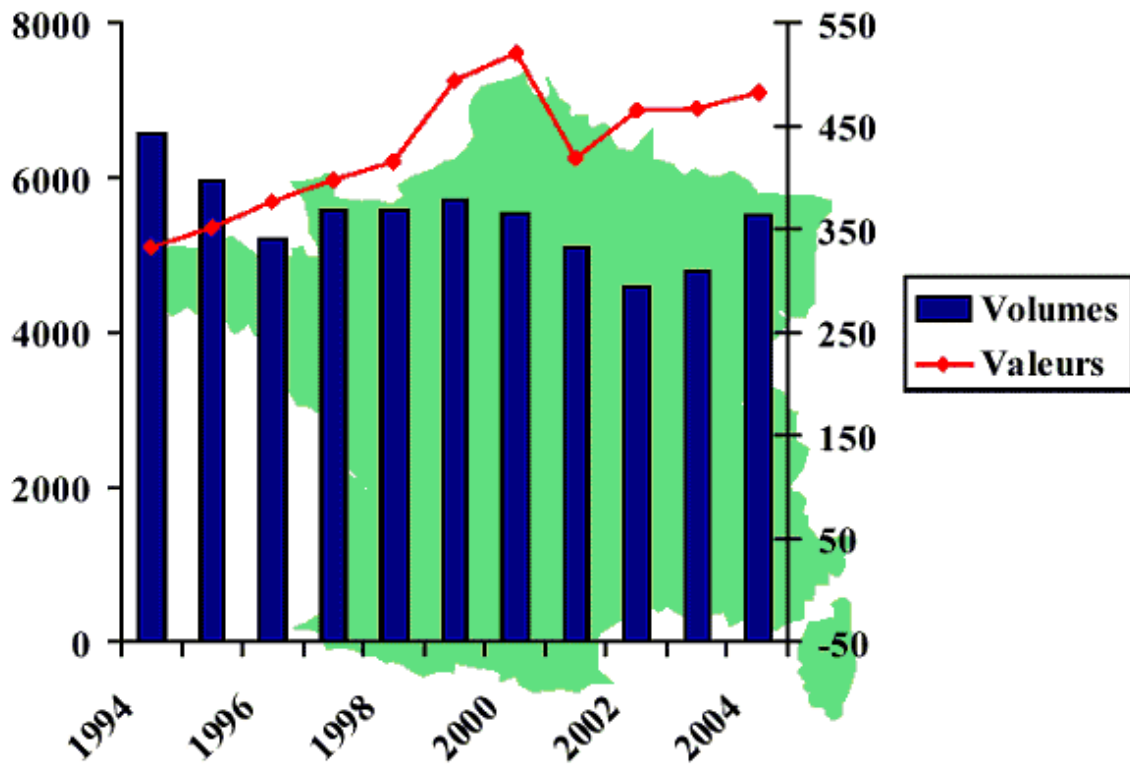
2.a) Les importations mondiale :

Zones	Part des exportations mondiales en volume, moyenne triennale (%)			Evolution	
	1961-63	1979-81	2000-02	79-81/ 61-63	00-02/ 79-81
Europe de l'Ouest	83,4	64,6	68,1	+ 34 %	+ 32 %
Amérique du Nord	1,9	10,2	12,3	+ 52 %	+ 87 %
Asie	0,2	0,9	4,7	+ 857 %	+ 552 %
Europe de l'Est	2,9	2,3	3,3	+ 41 %	+ 77 %
Total monde	100,0	100,0	100,0		
Importations mondiales (M.t)	2,7	4,7	5,9	+ 73 %	+ 117 %

Les marchés d'importation se sont également déplacés dans les 40 dernières années, avec une érosion de la part de l'Europe occidentale et une montée de l'Amérique du Nord et de l'Asie. Trois pays dominant aujourd'hui largement le monde en puissance d'achat : Le Royaume Uni, avec 21 % de part de marché, est le premier importateur mondial (2,8 milliards de \$ en moyenne sur 2000-02). Ce pays, non producteur, se caractérise par une bonne expertise et un niveau élevé de marketing des produits qui s'expliquent par une longue tradition de consommation. Il est suivi de près par un pays producteur, les Etats-Unis (18 % pour 2,4 milliards de \$), orientés à la fois vers les vins de bas de gamme à faible prix et les produits de très haute qualité. Enfin, l'Allemagne, également producteur se situe à 12 % (1,7 milliards de \$). Ces 3 leaders sont suivis par une cohorte de 5 pays représentant chacun 4 à 5 % des importations mondiales : Japon, Belgique, Suisse, Canada et Pays Bas. Au total le marché reste relativement concentré (les 15 premiers importateurs mondiaux représentent 88 %).

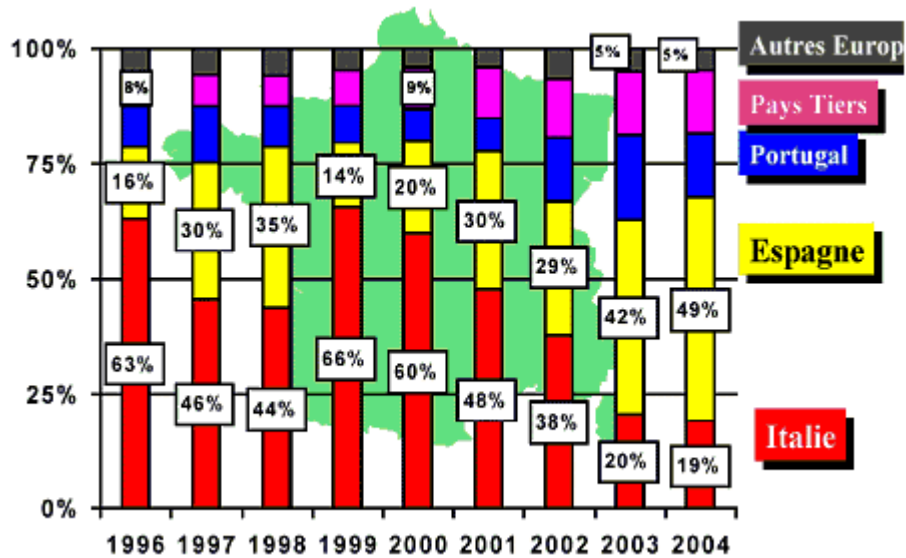
Autre caractéristique importante du marché international : les niveaux de prix moyens pratiqués par les différents exportateurs s'inscrivent dans un large fourchette, entre l'Argentine à 0,53 \$/kg et la Nouvelle Zélande à 2,76 \$, soit un écart considérable de 1 à 5. La France, avec 3,19 \$ a une position exceptionnelle due au poids du champagne. Les prix reflètent évidemment la nature des produits commercialisés, mais aussi les outils mobilisés (par exemple les marques et la publicité), ainsi que le type d'intermédiation pratiqué (circuit court ou long, relations avec la grande distribution, très présente dans le secteur du vin).

2.b) Les importations française :



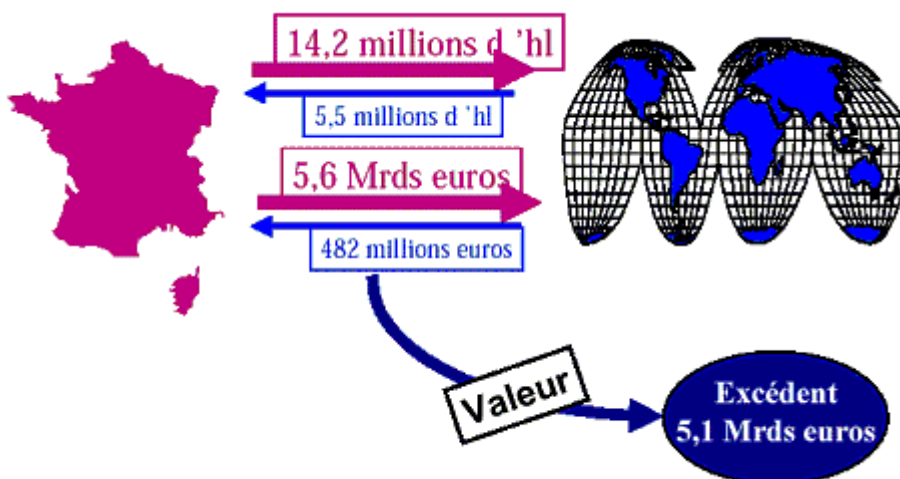
Depuis le minimum enregistré en valeur en 2001 et en volume en 2002, les importations de vins en France sont en croissance. En 2004, la France a importé 5,5 millions d'hl de vins (+14,9 % en 2003) pour une valeur de 482,6 millions d'euros (+3,4 % en 2003). 87 mhl (-2,1 %) de vins importés sont des vins mousseux ou pétillants en provenance principalement d'Italie. 442 mhl (+7,5 %) sont des VQPRD dont 57 % sont des vins rouges et 59 % sont importés en vrac. 307 mhl sont des vins de plus de 15%Vol. dont 240 mhl de Porto. Le reste des vins importés regroupe sous la catégorie vins de table, des vins de table communautaires et l'ensemble des vins importés des pays tiers.

Les importations de vins en France : Evolution des parts de marché sur 9 ans



Les importations des pays tiers ont progressé de 100 mhl en 2004 par rapport à 2003 et conserve une part de marché de 13,7 % des volumes et de 20,6 % des valeurs. Parmi ceux-ci, les vins du Maghreb (Maroc, Algérie, Tunisie) gardent leur position avec 156 mhl pour 14 millions d'euros. Parmi les pays européens qui fournissent 86,3 % des vins à la France, l'Espagne achève sa prise de contrôle et représente 57 % des vins européens avec 2,7 millions d'hl pour 108 K€. 93 % des vins espagnols sont importés en vrac au prix unitaire moyen de 0,32 euros/litre. L'Italie avec une progression en volume de 7 % perd un point de part de marché.

2.b) Le solde du commerce extérieur des vins :



V°) Les acteurs dominants de l'industrie du vin :

On ne dispose d'aucune statistique globale sur la structure d'offre au niveau micro-économique. On peut cependant dire, sur la base d'observations nationales, que le secteur du vin reste très vaste avec plusieurs centaines de milliers de producteurs individuels et des milliers d'entreprises, souvent à forme coopérative, dans le monde. Par exemple, en France, on peut estimer le nombre des coopératives viticoles (vins tranquilles et effervescents) à environ 870, commercialisant les apports de plus de 100 000 déclarants. La production de ces coopératives représente environ 45% de la production française totale, soit 57 millions d'hectolitres en 2000.

Seconde difficulté pour étudier la structure de marché d'un point de vue micro-économique, il n'existe pas de données sur le chiffre d'affaires réalisé par l'industrie à l'échelle mondiale. Pour avancer, on prends, en première approximation la production totale de vin en volume annoncée par la FAO, valorisée au prix moyen des exportations et diminuée d'une non mise en marché (autoconsommation, usages industriels, pertes) de 10 %, en supposant que la variation de stocks est nulle. Ces hypothèses de calcul donnent pour 2002 un chiffre d'affaires (CA) de 52 milliards d'euros. Cette même année, les 20 premières firmes mondiales engagées dans le secteur ont réalisé un CA cumulé d'environ 14 milliards d'euros soit 27 % du CA total de l'industrie. On verra plus loin que les opérations de fusion-absorption d'entreprises ont été nombreuses et importantes dans les 5 dernières années, aboutissant à ce taux de concentration relativement élevé si on le rapproche de la population totale d'entreprises du secteur. On peut en déduire que l'on assiste à l'émergence d'une structure « d'oligopole à franges » dans l'industrie du vin. Le caractère mondial de cet oligopole est attesté par la répartition internationale des activités des grandes firmes le constituant. On doit aussi signaler qu'il s'agit d'un phénomène récent, très lié à l'arrivée d'entreprises des nouveaux pays producteurs.

Les changements observés sur le marché sont incontestablement le fait de firmes de grande taille, originaires des nouveaux pays producteurs et porteuses de nouvelles stratégies, en rupture avec l'approche traditionnelle du marché. Le recul des entreprises des pays européens s'explique principalement par une myopie commerciale et un déficit organisationnel. Nous intitulons ces grandes firmes en émergence « firmes multinationales de l'industrie du vin » pour signifier à la fois leur dimension (chiffre d'affaires supérieur à 200 millions de \$ en 2002, ce qui donne une liste de 20 firmes), leur nature industrielle (production de masse rationalisée, adoption d'un management stratégique) et leur implantation dans plusieurs pays.

Les acteurs dominants de l'industrie du vin en 2002

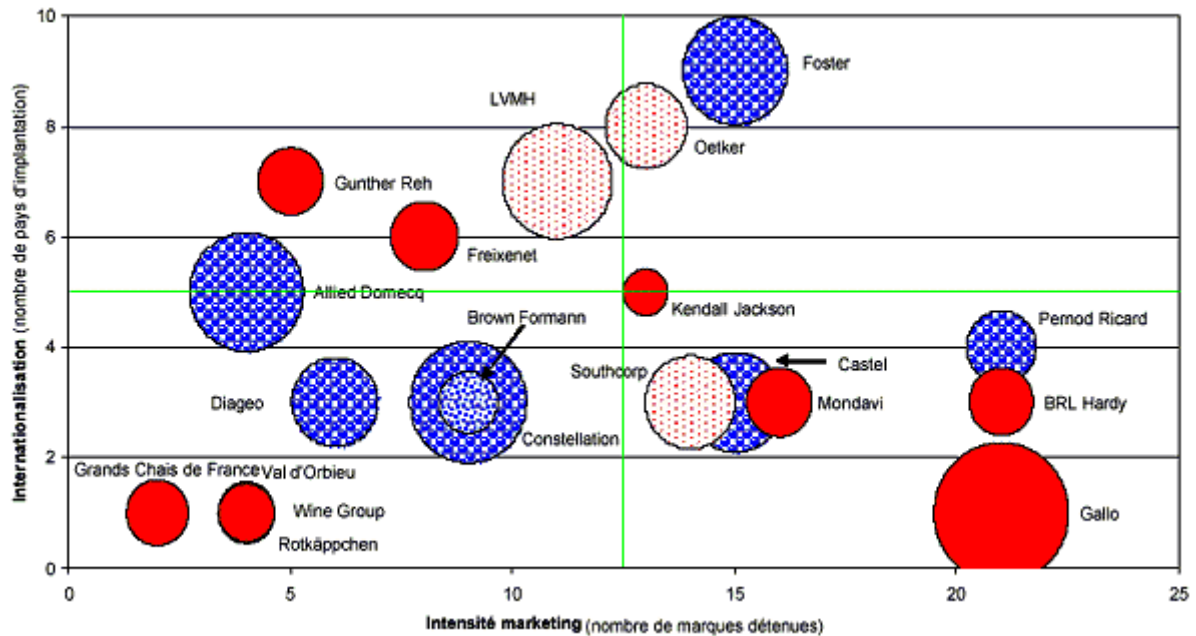
Pays	Grandes firmes	Chiffre Affaire M\$	Poids
U-S-A	6 : Gallo, Constellation, Mondavi, Brown-Forman, Win Group, K. Jackson	4 441	31,80%
France	5: Castel, LVMH, Pernod Ricard, Grand Chais de France, Val d'orbieu	3 355	24,02%
Australie	3: Fosters/Beringer Blas, Southcorp, BRL Hardy	2 328	16,67%
Royaume-Uni	2: Allied Domecq, Diageo	2 034	14,56%
Allemagne	3: Oetker/Henkell, Günter Reh/Schloss Wachenheim, Rotkäppchen	1 403	10,05%
Espagne	1: Freixenet	405	2,90%
Total	20 Firmes	13 966	100,00%

Il existe, dans la liste des 20 premiers mondiaux des disparités considérables par la taille, le statut juridique et le portefeuille d'activités. Le numéro 1 était, en 2002, la firme états-unienne E&J Gallo, avec 1,8 milliard de \$ de CA, et le numéro 20, également une américaine Kendall Jackson, avec 200 millions de \$, soit un écart de taille de 1 à près de 9. Seules 6 entreprises dépassaient 1 milliard. Les françaises mis à part deux exceptions brillantes, LVMH, acteur sur le marché spécifique du champagne, et Castel, groupe à forte croissance dans l'univers des boissons sont de taille modeste et probablement sous-critique par rapport au marché mondial, ce qui signifie que la filière vin n'a pas été en mesure d'engendrer les puissantes multinationales qu'annonçaient une position de leader mondial dans le secteur du vin.

Contrairement aux autres secteurs de l'agroalimentaire, près de la moitié des plus grandes firmes de l'industrie du vin ne sont pas cotées en bourse et leur structure de propriété reste souvent à caractère familial (ainsi Gallo, Castel, Oetker, Rotkäppchen, The Wine Group, Günther Reh, Grands Chais de France) ou coopérative (Val d'Orbieu). Toutefois, le marché boursier a attiré certaines FMIV au cours des dernières années pour financer leur processus de croissance externe. Les premières firmes sont des sociétés cotées (Londres : Diageo, Allied Domecq, Paris : LVMH, Pernod Ricard, Melbourne : BRL Hardy, Southcorp ; New York : Beringer, Constellation Brands, Brown-Forman, Mondavi).

Le graphique 2 propose une représentation stylisée des 20 leaders mondiaux de l'industrie du vin sur la base de 3 critères : dimension (mesurée par le chiffre d'affaires sectoriel), degré d'internationalisation (caractérisé par le nombre de pays d'implantation des sites de production) et intensité marketing (estimée par le nombre de marques détenues). Aucun critère n'apparaît comme discriminant, ce qui est le signe d'une industrie en cours de structuration selon différents schémas stratégiques. Les portefeuilles de marques sont plutôt « chargés » (14 firmes/20 détiennent plus de 5 marques, ce qui annonce des recentrages). Enfin, la majorité des entreprises du secteur sont spécialisées sur les boissons alcoolisées, ce qui est conforme aux sollicitations des investisseurs.

Typologie des Leader mondiaux de l'industrie du vin en 2002



VI° Conclusion :

En conclusion on peut dire que l'apparition de nouveaux producteurs sur le marché international qui n'était pas présent auparavant ; et qui depuis quelques années produisent et exportent du vin ; ont entraîné une mutation du marché. En effet cette mutation entraîne avec elle un déplacement de la consommation et un déclin de production / consommation dans les pays producteurs traditionnels.

De plus aujourd'hui on peut constater qu'il y a un écart entre les grosses firmes (introduites en bourse) et les petits producteurs. La solution à cette situation ne serait elle pas de réunir tous les producteurs de chaque régions et ainsi former pour la France une douzaine de firmes qui chacune d'elles seraient leader mondial dans leurs domaine ?