

## DÉCRYPTAGE

**8057 ha**

**C'est la surface allouée aux plantations nouvelles de vigne pour 2016.**

Source : FranceAgriMer

» Soit exactement 1% de la superficie du vignoble français au 1<sup>er</sup> juillet 2015. 2016 marque l'entrée en application du régime d'autorisation de plantation, en lieu et place du régime des droits. Ce dispositif permet à chaque État membre de l'Union européenne de délivrer des autorisations de plantation dans la limite de 1% par an de la surface nationale. Les demandes doivent être formulées sur le portail Vitiplantation de FranceAgriMer. Les autorisations sont gratuites et valables trois ans.

## Consommer du vin, un acte culturel

Les consommateurs occasionnels sont désormais les plus représentatifs des amateurs de vin. Selon une enquête de FranceAgriMer, le vin est passé du statut de composante du repas à celui de boisson culturelle.



» Depuis 1980, FranceAgriMer mène une grande enquête destinée à caractériser la consommation de vin des Français. Sans surprise, on y découvre que les consommateurs réguliers, c'est-à-dire consommant du vin tous les jours ou presque tous les jours, sont toujours moins nombreux, au point de devenir minoritaires, comparativement aux consommateurs occasionnels ou aux non-consommateurs. En 1980, les consommateurs réguliers représentaient 51% de l'ensemble des consommateurs de vins. Ils ne sont plus que 16% en 2015, le plus faible taux jamais enregistré, mais en voie de stabilisation. À l'inverse, la part des consommateurs occasionnels ne cesse de croître au fil des enquêtes : elle était de 30% en 1980 et atteint 51% en 2015. Concernant la catégorie des non-consommateurs, FranceAgriMer note que leur proportion n'a pas cessé de croître jusqu'en 2010, pour atteindre 38%. Mais en 2015, elle retombe à 33%.

### Une meilleure perception du vin

D'un point de vue quantitatif, la consommation de vin des Français reste orientée à la baisse. Elle s'établit à 42,7 litres par habitant et par an, ce qui constitue tout de même la première performance mondiale, devant le Portugal et l'Italie. D'un point de vue qualitatif, FranceAgriMer perçoit plusieurs tendances rehaussant la considération des consommateurs français pour le vin. En 2015, une plus grande partie de la population déclare aimer le goût du vin et lui offrir une plus grande place en dehors des grandes occasions. FranceAgriMer y voit une corrélation avec le retour

du "fait maison", la recherche des associations mets et vins ou encore l'attrait pour les émissions culinaires. Le vin s'invite aussi plus souvent à table lors de repas améliorés sans invité. Il profite également des apéritifs dînatoires, dont la pratique se développe. Au final, il y a davantage de consommateurs de vin en 2015 qu'en 2010 mais la consommation est plus occasionnelle. Le vin est passé d'une composante de repas à une boisson culturelle.

### Des conseils via les réseaux sociaux

Selon l'agence spécialisée Sowine, qui publie depuis 2010 un baromètre annuel sur le rapport qu'entretiennent les Français avec le vin, un bon repas se déguste forcément en compagnie d'une bouteille de vin pour 75% des Français. À la question «Quel type de boissons alcoolisées préférez-vous consommer?», 34% des Français privilégient le vin, devant les spiritueux et cocktails (22%) et la bière (16%). S'ils sont encore nombreux (60%) à s'avouer néophytes en matière de vin et de champagne, 75% d'entre eux témoignent d'un véritable intérêt pour cet univers. Curieux d'approfondir leurs connaissances pour mieux apprécier le vin, ils s'informent d'abord auprès de leur entourage (38%), notamment via les réseaux sociaux. Les Français attendent de ceux-ci des informations complètes sur un produit en particulier (62%). Ils cherchent également à y découvrir de nouveaux produits (26%) et à pouvoir y partager un avis sur les vins dégustés (14%). En 2015, ils étaient 37% à avoir déjà consulté un réseau social dédié au vin, et 17% d'entre eux ont acheté un vin qui y était recommandé. ■

## Des exportations de vins et spiritueux historiques, mais...



Les exportations de vins et spiritueux se sont élevées à 11,7 milliards d'euros en 2015, un niveau jamais atteint. Mais les vins tranquilles continuent d'abandonner des volumes et des parts de marché à l'export.

» Le verre est-il à moitié vide ou à moitié plein ? Commençons par savourer une bonne nouvelle : en 2015, la France n'a jamais autant exporté de vins et spiritueux. Les ventes ont atteint 11,7 milliards d'euros, battant le record de 2012 et ses 11,2 milliards d'euros. Pour Christophe Navarre, président de la Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France (FEVS), « ce résultat historique est d'abord celui d'une filière qui porte, partout dans le monde, l'excellence des vins et spiritueux français ». Grâce à une progression de 8,7% et un solde commercial positif de 10,4 milliards d'euros, les vins et spiritueux retrouvent leur rang de deuxième excédent de la balance commerciale de la France, derrière l'aéronautique et devant les parfums et cosmétiques. En ce qui concerne les vins, qui génèrent 67,7% du chiffre d'affaires global, les vins tranquilles à AOC représentent 48% des ventes (+4,3%) contre 34% pour le champagne (+12,1%). Dans la catégorie des spiritueux, le cognac (69,5% des ventes)

renforce sa position en progressant de 19,6%. Côté destinations, les États-Unis confortent leur statut de premier marché d'exportation (22,2%), devant le Royaume-Uni (11,8%) et l'Allemagne (7,3%), talonnée par la Chine (7,1%).

### Des vins pas si tranquilles

Mais ces nouvelles réjouissantes laissent pourtant un goût amer : « Cette performance traduit un paradoxe, note Christophe Navarre. En 2015, notre croissance est d'abord portée par des facteurs conjoncturels, notamment la baisse de l'euro, mais les parts de marché de nos vins, en volume comme en valeur, ne cessent de s'éroder depuis quinze ans. Pour que les entreprises et produits français continuent de réussir à l'export, nous devons plus que jamais résoudre notre déficit structurel de disponibilités et accélérer l'ouverture des marchés les plus significatifs. » Si le champagne se porte bien, en volume et en valeur, les vins tranquilles sont sur la sellette. Toutes les catégories abandonnent des volumes : -1,1% pour les AOC, -5,4% pour les vins à indication géographique protégée (IGP), -16,6% pour les vins sans indication géographique (VSIG) avec cépage et -13,6% pour les VSIG sans cépage. La FEVS a fait ses comptes : en trois ans, les exportations de vins ont abandonné 1,4 million d'hectolitres, soit l'équivalent de 25% des exportations de bordeaux. Puisse le nouveau régime d'autorisation de plantations corriger la tendance. ■

## FOCUS

### L'INFORMATION ŒNOLOGIQUE AUTORISÉE

Le 17 décembre 2015, la loi de modernisation du système de santé a assoupli la loi Evin de 1991. La publicité pour les boissons alcooliques demeure interdite mais pas l'information à caractère œnologique. Les rédactionnels journalistiques et œnotouristiques concernant une région de production viticole sont donc autorisés. Éléments du patrimoine culturel, gastronomique ou paysager, les vins et cidres peuvent être évoqués dans les médias pour souligner leurs propriétés organoleptiques, les terroirs ou les hommes, sans que cette démarche soit apparentée à de la publicité. En France, l'œnotourisme attire entre 7 et 8 millions de visiteurs par an, dont 2,5 millions de visiteurs étrangers visitant plus 10 000 caves touristiques.

## AGENDA

- 23-25 MARS 2016 REIMS (51)  
1<sup>re</sup> édition du Pack & Spirit, salon du packaging et du marketing de luxe pour vins et spiritueux
- 12-15 AVRIL SINGAPOUR  
ProWine Asia
- 24-26 MAI HONG KONG  
Vinexpo Asia-Pacific

