

Lettre d'information marché de
Fabrice Chaudier

Source



FranceAgriMer

compétitivité

2017

La compétitivité se définit comme « l'aptitude à affronter la concurrence » c'est-à-dire la capacité à occuper une position forte sur un marché. Aptitude, capacité, voilà qui indique un potentiel qui peut être utilisé pour atteindre un résultat, la conquête de part de marché par exemple. On peut donc être très compétitif sans pour autant obtenir le résultat impliqué par cette compétitivité.

France Agrimer étudie depuis 2001 la compétitivité des plus importants producteurs et opérateurs mondiaux de vins et établit un classement général basé sur 6 groupes de critères. En voici la synthèse.

Compétitivité mondiale : les 6 groupes de critères (1 000 points)

1-potentiel de production face aux attentes du marché (250 points) : sont étudiés surfaces, plantations, rendements, cépages utilisés, prix à la production (raisins).

	2017	2015	2013	2011	2009	2007	2004	2001
1	CHILI 171	ESPAGNE	ÉTATS-UNIS	CHILI	ESPAGNE	ESPAGNE	ÉTATS-UNIS	ÉTATS-UNIS
2	ITALIE 170	ARGENTINE	ARGENTINE	ÉTATS-UNIS	ITALIE	CHILI	ESPAGNE	ITALIE
3	ESPAGNE 167	ITALIE	CHINE	ITALIE	FRANCE	ARGENTINE	ARGENTINE	AUSTRALIE



la France (154 points) est 4^{ème} (5^{ème} en 2013, 6^{ème} en 2015) grâce à son niveau de production mais sa faiblesse reste les arrachages toujours en cours (baisse des surfaces) qui limitent son potentiel de développement et plombe la compétitivité du prix du raisin.

2-le vignoble et son environnement pédoclimatique (150 points) : sont pris en compte disponibilité en eau, irrigation, ensoleillement, gel ou grêle, maladies et parasites.

	2017	2015	2013	2011	2009	2007	2004	2001
1	CHILI 100	CHILI	CHILI	NC	CHILI	CHILI	CHILI	CHILI
2	ITALIE 93	ITALIE PORTUGAL	ITALIE		ITALIE	ITALIE	ITALIE	FRANCE
3	FRANCE 92	FRANCE	FRANCE		BRÉSIL	BRÉSIL	AFRIQUE DU SUD	ÉTATS-UNIS



le Chili possède l'environnement idéal pour la culture de la vigne mais comme tous les pays, il commence à être exposé aux risques liés au changement climatique.

Compétitivité mondiale : les 6 groupes de critères (1 000 points)

3-portefeuille des marchés et équilibre des flux (250 points) : sont analysés importance du marché intérieur, consommation locale, dynamisme des exploitations.

	2017	2015	2013	2011	2009	2007	2004	2001
1	FRANCE 183	FRANCE	FRANCE	FRANCE	FRANCE	ITALIE	ÉTATS-UNIS	ITALIE
2	ÉTATS-UNIS 169	ÉTATS-UNIS	ITALIE	ITALIE	ITALIE	ARGENTINE	ARGENTINE	FRANCE
3	ITALIE 155	ITALIE	ARGENTINE	ESPAGNE	ESPAGNE	FRANCE	FRANCE	ESPAGNE



la France maintient son leadership d'image, et son modèle unique.

4-degré d'organisation de la filière, soutien public (50 points) : sont quantifiés réglementation de production et soutien amont comme aval des filières..

	2017	2015	2013	2011	2009	2007	2004	2001
1	BULGARIE 37	BULGARIE	BULGARIE	FRANCE	BULGARIE	FRANCE	FRANCE	ÉTATS-UNIS
2	BRÉSIL 36	ITALIE	FRANCE	BULGARIE	FRANCE	ITALIE	ITALIE	AUSTRALIE
3	ITALIE 34	FRANCE	ITALIE	ESPAGNE	ITALIE	AUSTRALIE	ESPAGNE	NOUVELLE-ZÉLANDE



la France est 4^{ème} est dépassée par l'Italie qui a augmenté son budget de communication de 20% ; elle souffre aussi d'une régulation de ses rendements.

La Bulgarie bénéficie des fonds européens de restructuration qui expliquent son classement.

Compétitivité mondiale : les 6 groupes de critères (1 000 points)

5-influence de l'environnement macroéconomique (50 points) : sont classés variation des taux de change, dépenses alimentaires, consommation de vins dans les produits alcoolisés.

	2017		2015		2013		2011		2009		2007		2004		2001
1	ITALIE	41	ITALIE		FRANCE		ÉTATS-UNIS		ÉTATS-UNIS		ÉTATS-UNIS		ÉTATS-UNIS		AUSTRALIE
2	FRANCE	38	FRANCE		ITALIE		FRANCE		FRANCE		ALLEMAGNE		ARGENTINE		NOUVELLE-ZÉLANDE
3	PORTUGAL	34	ALLEMAGNE		ARGENTINE		ALLEMAGNE		ALLEMAGNE		ESPAGNE		FRANCE		FRANCE

↓
la stabilité politique des états de l'Union Européenne demeure un avantage économique certain.

FOCUS VRAC :

Le vrac : 42% des échanges mondiaux contre 31% dix ans plus tôt ; cependant, cette part recouvre plus une volonté d'économies logistiques et de préservation du vin lors du transport, que d'une stratégie « low cost ».

Ainsi certains pays très loin de leurs marchés expédient majoritairement en vrac :

ARGENTINE	29%
AUSTRALIE	44%
AFRIQUE DU SUD	61%

Le cas espagnol (63% vrac) tient à son modèle d'export (encore dominé par les 1^{ers} prix) qui fragilise sa position internationale.

Il est donc possible d'envisager un axe de développement vrac original, basé sur des produits qualitatifs et valorisés,

Compétitivité mondiale : les 6 groupes de critères (1 000 points)

6-capacité des opérateurs à conquérir les marchés (250 points) :

2015		2015	2013	2011	2009	2007	2004	2001
1	AUSTRALIE	186	AUSTRALIE	ESPAGNE	ÉTATS-UNIS	AUSTRALIE	AUSTRALIE	AUSTRALIE
2	AFRIQUE du SUD	171	AFRIQUE du SUD	AUSTRALIE	AUSTRALIE	ESPAGNE	AFRIQUE du SUD	ÉTATS-UNIS
3	ÉTATS-UNIS	165	ÉTATS-UNIS	ITALIE	ESPAGNE	ITALIE	ÉTATS-UNIS	FRANCE



la France (126 points) se classe 9^{ème} sur 15 !

critères	
Taille des exploitations	Part de marché
Poids des groupes à l'international	Prix moyen
Présence sur plusieurs positionnements	Investissements dans le vignoble
Présence sur les marchés des pays non producteurs	

la France présente des faiblesses commerciales récurrentes : une part de marché volume en baisse avec des hausses de prix compensatoires rédhibitoires.
 Les entreprises de la filière ne sont ni assez structurées, ni assez présentes sur les marchés.

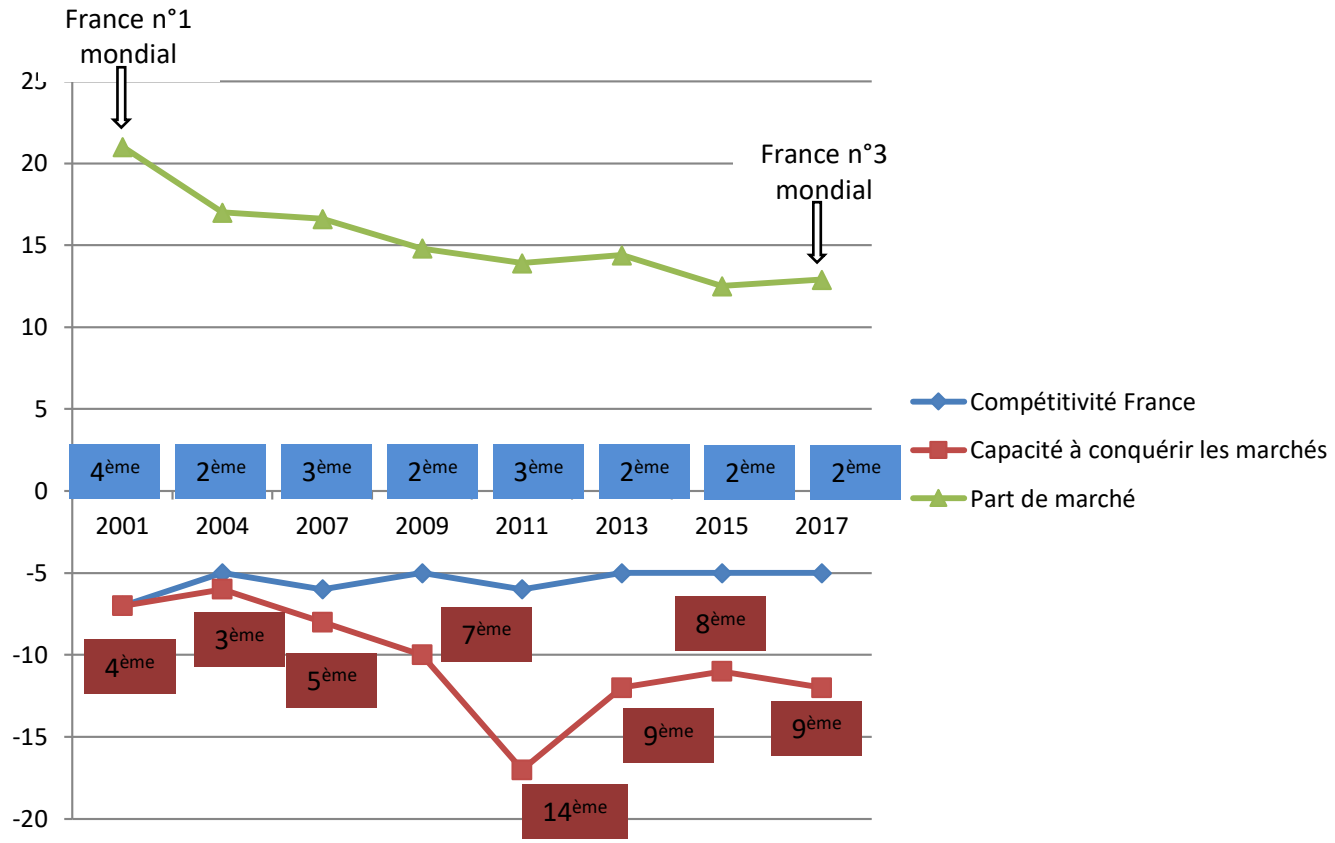
Compétitivité mondiale

Classement général (1 000 points) :

		POINTS	Δ
1	ITALIE	654	+1
2	FRANCE	625	-13
3	ÉTATS-UNIS	599	-29
4	AUSTRALIE	576	
5	CHILI	572	
6	ESPAGNE	569	
7	ARGENTINE	545	
8	AFRIQUE DU SUD	533	
9	PORTUGAL	532	
10	ALLEMAGNE	525	
11	BRÉSIL	460	
12	NOUVELLE-ZÉLANDE	441	
13	HONGRIE	408	
14	BULGARIE	398	
15	CHINE	393	

	2015	2013		2011		2009		2007		2004		2001	
1	ITALIE	653	646	ITALIE	638	ITALIE	640	ESPAGNE	604	ÉTATS-UNIS	651	ÉTATS-UNIS	694
2	FRANCE	638	629	ESPAGNE	617	FRANCE	627	ITALIE	598	FRANCE	615	AUSTRALIE	671
3	ÉTATS-UNIS	628	626	FRANCE	605	ESPAGNE	615	FRANCE	597	ESPAGNE	595	Italie	660
4	ESPAGNE	599	598			ÉTATS-UNIS	567	ÉTATS-UNIS	574	ITALIE	591	FRANCE	650

La France ne sait (plus) défendre son modèle : elle est le seul pays à produire et vendre 100% bouteilles et AOC. Son positionnement cœur et haut de gamme vient de son histoire et de son image ; leader attaqué, puis détrôné, elle n'a pris conscience de ses capacités à vendre et à faire face à la concurrence.



Analyse Compétitivité dans le monde

Pour **la France** rien n'a changé, le vrai « french paradox » ne cesse de s'affirmer depuis 2001... pays toujours très compétitif, la France a vu se dégrader un seul des 6 groupes de critères, celui qui porte sur l'aval, le commerce (relire l'analyse 2015).

Incapable de faire évoluer en conséquence sa stratégie, elle a cédé à la tentation de l'équilibre de la demande par l'offre en réduisant surfaces et rendements. Elle perd ainsi des capacités de rentabilité économique et de volume pour reconquérir le terrain perdu (voir critère 1).

Cet effet ciseau dénié par la majorité des décideurs et des producteurs pourrait être la base d'un débat d'idées salubre, d'un compromis pour renouer avec la croissance.

L'Espagne fait le plus les frais du retour en force du nouveau monde du fait de son incapacité à évoluer vers des prix plus valorisés : le plan adopté depuis a pour objectif principal de renverser cette situation.

La Chine ne fait plus illusion : plus de plantation, une production qui chute encore malgré des rendements insuffisants ; la muraille se fissure, les chiffres se clarifient et le pays redevient un pays émergent classique, à croissance régulière mais lente.

Le Chili comme le Brésil, plante en masse : près de 4 400 hectares pour le 1^{er} soit 2% de surface supplémentaire, 1 000 de moins pour le 2nd (les suivants Nouvelle Zélande et Chine sont autour de 500 ha !). Le pays profite de son climat malgré des problèmes d'approvisionnement en eau, favorise cette expansion pour soutenir sa compétitivité (les volumes écrasent les coûts) et sa croissance à l'export renforcée par des accords avec la Chine. Le Chili (moins de 3% du vignoble mondial) vend autant de vins en volume que la France (12% du vignoble) aux Etats Unis !

Analyse Compétitivité dans le monde

L'Italie reste le leader mondial. 1^{er} pays producteur, 2^{ème} exportateur en volume comme en valeur, elle place le vin au centre de sa culture et de ses stratégies internationales, elle écrase ses concurrents sur les 3 plus gros marchés d'importation :

- 29% aux Etats Unis (15% pour l'Australie, 12% pour la France et le Chili, 6% pour l'Espagne),
- 22% au Royaume Uni (17% pour l'Australie, 13% pour la France, 10% pour l'Espagne et 8% pour le Chili),
- 37% en Allemagne (26% pour l'Espagne et 15% pour la France).

L'Italie se sert de l'implantation de sa restauration, multiplie les actions et les budgets marketing et affirme son modèle (de plus en plus valorisé) sans complexe en innovant sur tous les segments (voir le succès fulgurant du Prosecco pour les effervescents, dont il se vend aujourd'hui plus de bouteilles que le Champagne).

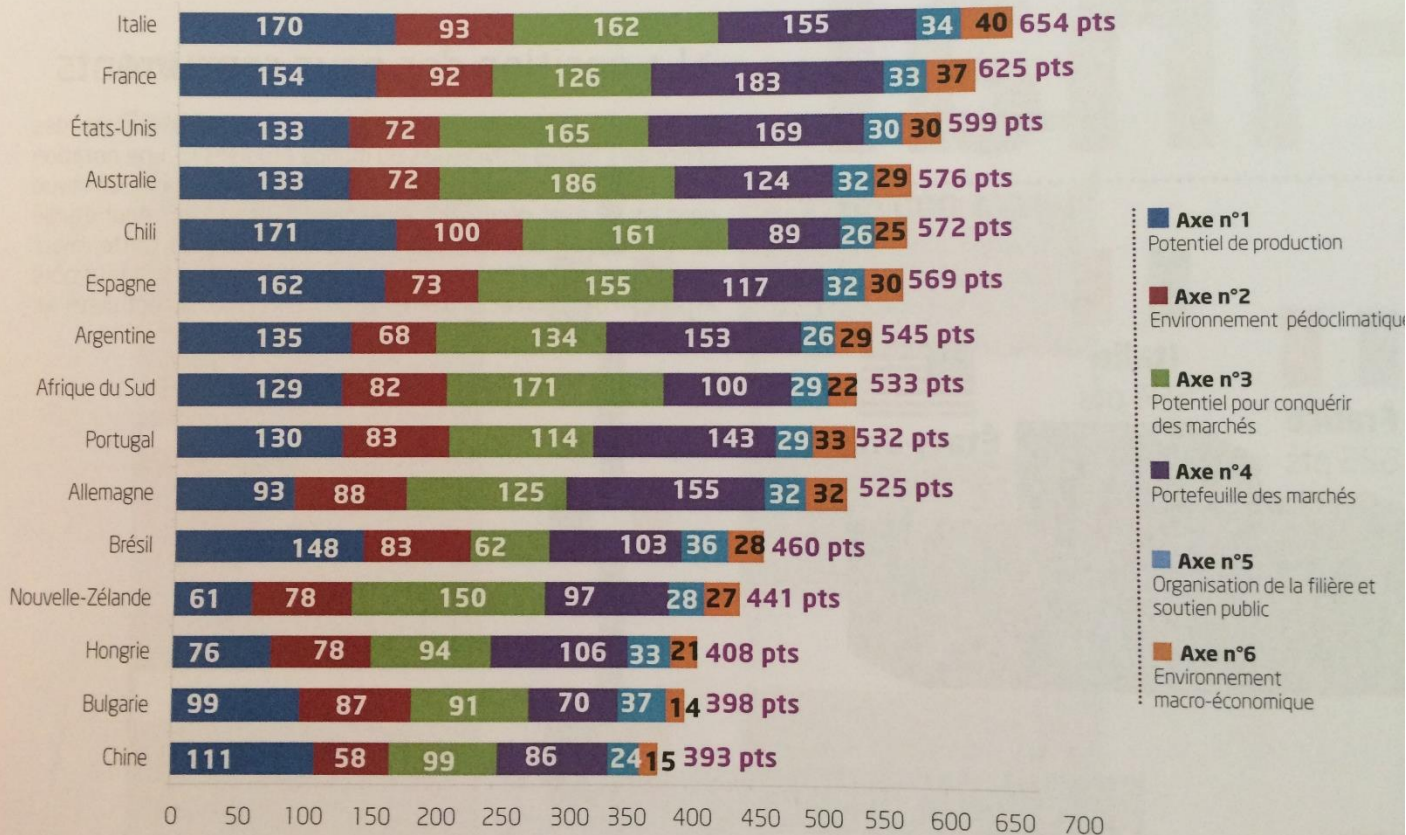
Évolution du rendement
(en hectolitres/hectare, avec jus et moûts)

	moyenne 2005/15	moyenne 2012/15	rendement 2015
 Afrique du Sud	100,6	112,0	117,0
 Brésil	94,9	98,7	107,6
 Chili	82,1	89,7	93,5
 Australie	78,5	87,0	91,5
 Chine	121,8	113,1	90,3
 États-Unis	79,6	76,4	75,1
 Nouvelle-Zélande	64,3	70,4	65,5
 Argentine	71,7	66,9	64,5
Nouveau Monde	86,7	89,4	88,1
 Allemagne	89,2	82,8	82,4
 Italie	64,9	63,8	72,6
 France	59,7	58,9	62,2
 Hongrie	41,5	37,1	43,4
 Espagne	38,3	41,4	41,5
 Portugal	29,2	31,1	35,3
 Bulgarie	19,1	19,8	20,9
Ancien Monde	47,0	47,8	51,2

Note : les moyennes Ancien Monde et Nouveau Monde sont pondérées selon les volumes de production de chaque pays
Sources : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2016, OIV

> Classement final : détail par axe

(Le potentiel maximum est de 1000 points)



Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2016

Lettre d'information marché
depuis 2001

contact : Fabrice CHAUDIER
06 15 07 26 67 - fabricechaudier@aol.com
www.nemesis-fc.fr