

Conseil interprofessionnel des vins du Roussillon : la Chine, un marché en cours de "valorisation"

Que la Chine représente-t-elle pour les vins du Roussillon ? Un chiffre d'affaires encore peu élevé et des ventes faiblement valorisées, mais un marché sur la bonne pente : ce pays est le premier importateur en volume d'AOP du Roussillon, et le prix moyen a bondi de 20 % en un an, comme l'explique le président du Comité interprofessionnel des vins du Roussillon Fabrice Rieu.

L'Agri : Qu'a représenté le marché de la Chine en 2016 pour les vins du Roussillon, en volumes et chiffres d'affaires et comment celui-ci a-t-il évolué ces cinq dernières années ?⁽¹⁾

Fabrice Rieu : Les exportations vers la Chine ont bondi depuis 2010 : le marché a été multiplié par cinq, notamment entre 2013 et 2014, alors que 2013 a été en général marquée par une crise. La Chine est le premier pays importateur en volume d'AOP du Roussillon (vins doux naturels et vins secs, uniquement en bouteilles) et obtient la troisième place en valeur, derrière les USA et le Canada. En 2016, le marché chinois, c'est 1,2 M de cols d'AOP du Roussillon pour 3,4 M € de chiffre d'affaires. Pour les vins secs (98 % des volumes exportés dont 99 % de rouges), le prix moyen est de 3,65 €/l départ chai, ce qui est relativement bas comparé aux autres pays tiers. Cependant, il s'est très fortement valorisé sur un an (+ 20 %) alors que les volumes sont restés stables. Pour les VDN, le marché chinois est confidentiel et le prix moyen départ chai est de 7,21 €/l. C'est donc l'un des



Diner média Peking - Juin 2016.

pays où les VDN sont les mieux valorisés après les USA et la Suisse.

Que représente ce marché proportionnellement au volume total commercialisé et au chiffre d'affaires global généré par les vins du Roussillon ?

Sur l'ensemble des ventes d'AOP vins secs 2016, 22 % traversent nos frontières. Pour les vins doux naturels (VDN) ce sont 2 % des volumes vendus qui partent à l'export. Sur ce marché export de 58 519 hl (7,8 millions de cols) qui génèrent 27 millions d'euros, la Chine a une part de marché de 16 % en volume et de 12,7 % en valeur.

Qui sont les consommateurs chinois de vins du Roussillon et quelles typicités les séduisent ?

Le marché du vin ne représente encore que 8 % du marché chinois des boissons alcoolisées. Même si un faible pourcentage des Chinois en âge de consommer de l'alcool achète du vin, les volumes commercialisés dans les grandes villes sont en forte augmentation. Les femmes et les jeunes issus de familles aisées de la classe moyenne sont en particulier de grands consommateurs ainsi que les fonctionnaires, les classes les plus aisées et les

jeunes couples urbains. Il faut noter que la consommation de vin connaît de fortes disparités géographiques, dépassant largement un litre par personne à Shanghai, Pékin, Canton, et restant plus faible dans les autres villes et provinces. Par ailleurs, la consommation de vin reste assez "saisonnière", pour le nouvel an chinois, la Saint Valentin occidentale et chinoise, la fête du 1^{er} mai, le mooncake festival en septembre, ou la golden week en octobre.

Image occidentale

Les Chinois préfèrent largement le vin rouge au vin blanc, bien que la consommation de vin blanc augmente progressivement. Ils préfèrent les vins fruités. Le consommateur chinois choisit son vin en fonction de cinq critères : l'origine, le prix, la marque, le millésime, et la recommandation des proches. Mais le vin est d'abord apprécié pour l'image qu'il véhicule : statut social, mode de consommation occidentale et pour des raisons de santé, plutôt que pour son goût. Lors de l'acte d'achat, les consommateurs chinois se réfugient dans le choix de valeurs sûres, ce qui donne un avantage concurrentiel notable aux vins français, qui jouissent d'une excellente réputation.

D'un point-de-vue politique et réglementaire, est-il plus difficile de

vendre du vin en Chine que dans les pays tiers occidentaux ?

Non. Les principales difficultés résident dans plusieurs points. D'abord, se protéger de l'usurpation du nom de nos AOP et du nom des marques. Ensuite, chaque province est un pays, avec parfois des réglementations différentes. Il faut aussi savoir s'adapter à la mentalité et répondre scrupuleusement à la réglementation qui peut parfois paraître très stricte. Enfin, il est nécessaire, encore plus qu'ailleurs, de bien caler les contrats de vente.

(1) Tous les chiffres concernant les résultats des exportations sont issus des données des douanes, qui excluent les IGP côtes catalanes et côte vermeille et les Maury doux. "De plus, outre le fait que les petits exportateurs ne sont pas identifiés par les douanes, de nombreux montages logistiques et entrepreneuriaux permettent de contourner les barrières douanières, une partie des volumes exportés passent ainsi inaperçue" signale le CIVR.

L'Agri consacre une page régulièrement aux différents marchés export des vins du Roussillon, en collaboration avec l'équipe du CIVR. Retrouvez les chiffres et l'état des lieux des marchés des USA et du Canada dans nos numéros 3560 et 3562.

