

## ÉCONOMIE

# Pourquoi le champagne connaît un nouveau record

Les maisons et vigneronnes de champagne obtiennent de bons résultats dans le monde. Explications.

**L**e chiffre d'affaires du champagne en 2017 ? Un nouveau record, à 4,9 milliards d'euros. Le plus haut jamais atteint. À quoi est-il dû ? Explications.

Clairement, le monde chinois (Chine, Hong Kong et Taïwan), le Japon et l'Australie tirent les exportations des pays lointains. On le sait, depuis longtemps, les Japonais raffolent de champagne comme ils adorent, globalement, la culture française et sa gastronomie. Les fines bulles se marient très bien à la cuisine japonaise. Le marché est mûr, et malgré une baisse de la démographie japonaise, la croissance reste particulièrement forte : +17,6% en volume (près de 12,8 millions de flacons) et +21,3% en valeur (près de 307 millions d'euros). Ils achètent plus et des cuvées plus chères.

**Les États-Unis, à l'économie florissante, confirment leur place de leader des importations de champagne**

L'Australie, pour sa part, jouit d'une économie dynamique. Et un beau dynamisme est souvent compatible avec un esprit optimiste, de célébration ; le champagne en a toujours été le symbole. Résultat : +23% en valeur (presque 132 millions d'euros) et +15,5% en volume (un peu plus de 8,5 millions de flacons).

La mécanique est d'ailleurs la même pour les États-Unis, à l'économie florissante, qui confirment leur place de leader des importations de champagne acquise au détriment de l'An-



Les pays lointains et la stratégie de valeur (bouteilles plus chères) profitent au champagne. C. Lantenois

gleterre en 2016 : plus de 585 millions d'euros de chiffre d'affaires (+8,5%) pour un peu moins de 24 millions de bouteilles importées (+5,9%).

Le monde chinois, quant à lui, est encore à explorer. « *Les profils de consommation sont différents, commente Jean-Marie Barillère, président de l'Union des maisons de Champagne et coprésident du Comité Champagne, qui livrait ces chiffres lors du salon Prowein en Allemagne ce dimanche. Mais ils ont un appétit, une curiosité pour le luxe et le champagne.* » Notamment grâce à un pouvoir d'achat accru dans les classes moyennes. L'enjeu, en Chine en par-

ticulier, est de s'installer à la table des foyers et non plus seulement à celle des expatriés qui connaissent le produit.

Deux ombres, fortes, au tableau : l'Angleterre, à l'économie instable à cause du Brexit. Le pays reste le leader des importations en volume mais a importé 11% de flacons de moins (27,8 millions) qu'en 2016. La France reste stable à 2,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires mais n'en représente plus que 43% du global, contre 26% pour le marché européen et 31% pour les pays lointains. Preuve que la courbe des exportations dépasse désormais, en valeur, celle du marché français. ■ CLAIRE HOHWYER

## DES BOUTEILLES VENDUES PLUS CHER

La stratégie de valeur, c'est-à-dire de bouteilles de champagne vendues à des prix plus chers, mise en place par la profession semble payer. Le chiffre d'affaires du champagne est majoritairement produit par le négoce (grandes marques, vigneronnes et coopératives ayant la carte de négociant) mais les vigneronnes qui ont adopté la même stratégie s'en sortent aussi. « *Il s'agit d'un travail de longue haleine mais il faut emmener une majorité de vigneronnes, prêts à cela, dans cette voie* », relaie Maxime Toubart coprésident du Comité Champagne, président du syndicat général des vigneronnes.