

# Les grandes tendances de 2017

Au moment de la rédaction de cet article, les statistiques du mois de décembre n'étaient pas encore connues. Il est néanmoins possible de tirer quelques premiers constats de l'année commerciale 2017 en Champagne.

**D**e manière globale, les marchés se sont montrés plutôt porteurs jusqu'à la fin du mois d'août, avec une légère augmentation des ventes en volume et une augmentation plus importante en valeur liée au développement de l'exportation ainsi que, probablement, à une plus forte demande pour les cuvées spéciales, rosées et/ou millésimées mieux valorisées que les brut sans année. Toutefois, la fin de l'année, la plus importante compte tenu de la saisonnalité des ventes de Champagne, s'est montrée décevante : un mauvais mois de septembre, compensé par une belle dynamique en octobre, puis un nouveau repli en novembre et, selon les premières estimations, une baisse significative des expéditions en décembre. Une douche froide pour tout le monde : le négoce et le vignoble, la France et l'exportation. Cette chute finale après plusieurs mois positifs vient remettre les compteurs au point de départ... ou presque : en 2016, la Champagne avait sorti 306 millions de bouteilles. On serait aux alentours de 307-308 millions de cols en 2017 (+ 0,5 %).

En principe, compte tenu de la bonne tenue des prix de vente, l'évolution du chiffre d'affaires devrait être positive. Donc la Champagne fait mieux que l'an dernier malgré le « coup de froid » de la fin d'année.

2017 a confirmé une nouvelle fois certaines évolutions, notamment le recul du marché français, le développement du grand export et le repli commercial des vigneron.

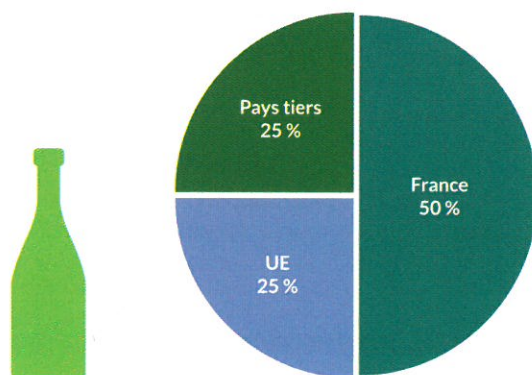
## 50 % France / 50 % Export

Jusqu'en 2015, la majorité des bouteilles de champagne était consommée en France. Ce n'est plus le cas : on est à 50-50. Le développement de l'export n'est pas un phénomène nouveau. Cela fait longtemps que le marché national recule en proportion. Et c'est surtout le grand export, au-delà de l'Union Européenne, qui se développe. En 1995, les expéditions de champagne vers les pays tiers représentaient moins de 13 % des volumes ; aujourd'hui elles couvrent un quart du marché. On voit de plus en plus de champagne à l'autre bout du monde : aux Etats-Unis, en Australie, au Japon, mais aussi dans les nombreux pays émergents où l'augmentation

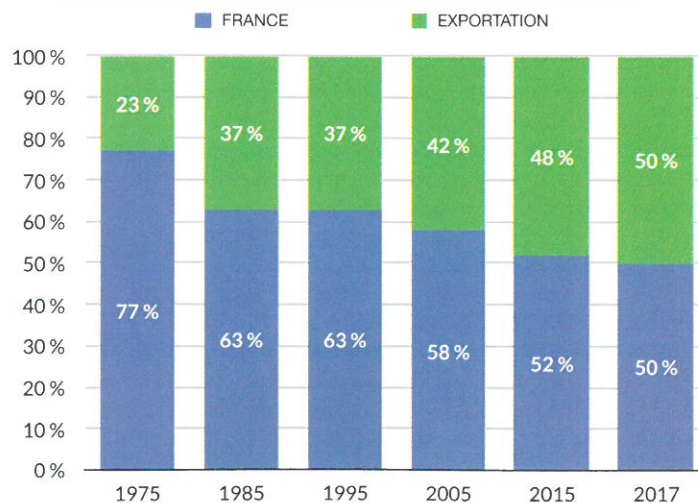
du pouvoir d'achat et la croissance urbaine favorisent une augmentation de la consommation dans le cadre d'un mode de vie à l'occidental.

Si l'export a rattrapé la France, au sein de l'exportation les pays tiers ont rattrapé l'Union Européenne, à 25 % des ventes. Il est vrai que le score européen est pénalisé par l'effondrement des expéditions vers le Royaume-Uni. En 2016, le marché anglais avait déjà chuté de près de 9 % en volumes et de 14 % en valeur. Il semble que les chiffres seront encore négatifs en 2017 : le Brexit casse la relation privilégiée qui liait historiquement les Anglais et le champagne.

### ESTIMATIONS 2017



### RÉPARTITION DES EXPÉDITIONS DE CHAMPAGNE



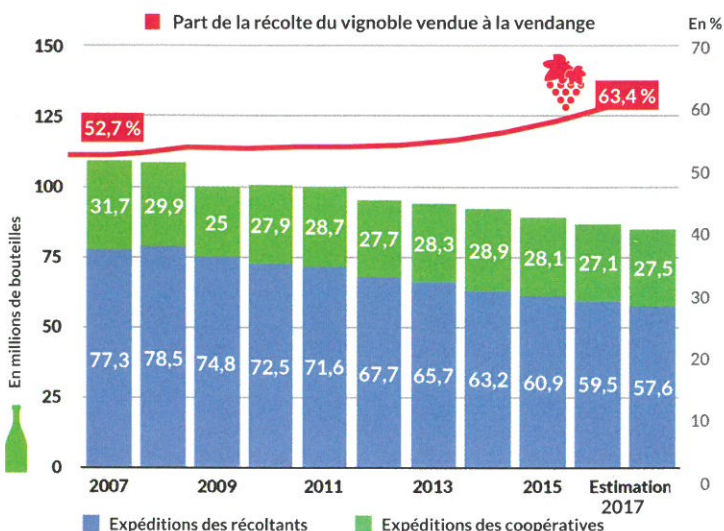
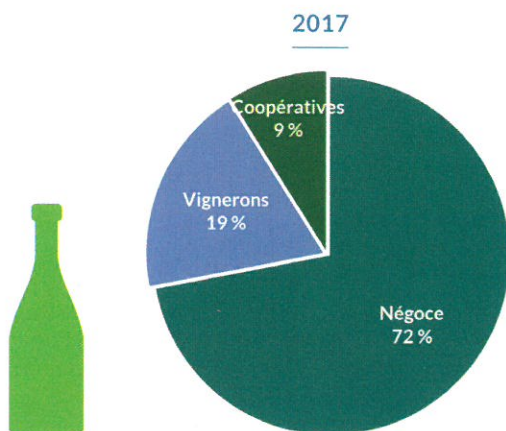
## La vente au kilo a le vent en poupe

Une autre tendance ne s'infirmepas : celle du recul commercial des vignerons. Au fil du temps, cette évolution progressive prend de l'ampleur : depuis 2008, les expéditions des récoltants ont reculé de plus de 26 % (20 à 21 millions de bouteilles en moins). Parallèlement, le volume de raisins mis en vente à la vendange par le vignoble augmente d'année en année. On ne connaît pas encore le taux d'engagement de la vendange 2017, mais il est probable qu'il dépassera le seuil historique de 2016 (63,4 % de la récolte du vignoble).

Cette double évolution est la conséquence d'une adaptation des exploitations face à plusieurs facteurs tels que, notamment :

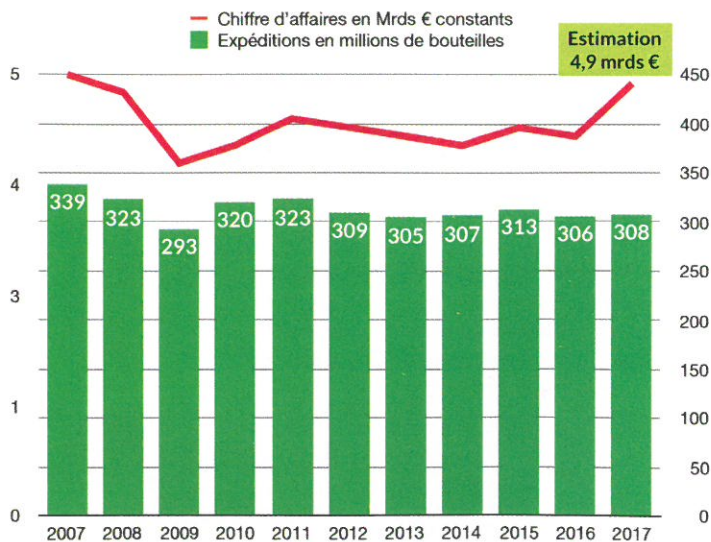
- l'évolution des modes d'achat et de consommation du champagne ; le marché est difficile et concurrentiel ; le consommateur achète moins à la propriété ; les coûts d'expédition et de transport sont élevés... ;
- le découragement face au poids des contraintes, des formalités, de la charge mentale : assumer le travail de la vigne, du vin, de la gestion, des déclarations et formalités et de la commercialisation... ça finit par être trop lourd pour un exploitant ;
- le morcellement des exploitations suite aux successions et reprises de bail ;
- l'attractivité du prix du raisin ;
- les changements de statut (vignerons prenant une position de négociant).

## PARTS DE MARCHÉ PAR FAMILLES DE METTEURS EN MARCHÉ



## Conclusion : une belle année économique

2017 restera probablement dans la mémoire des Champenois comme une année un peu décevante, avec une vendange réellement difficile suivie d'un dernier trimestre morose au niveau commercial. Néanmoins, le chiffre d'affaires des expéditions devrait constater une hausse par rapport à 2016, grâce à la bonne valorisation moyenne des bouteilles. Le prix du raisin est également sur une pente positive. Donc ce fut une belle année économique pour les Champenois, même si la morosité commerciale de novembre et décembre laisse planer dans les esprits une légère inquiétude. L'avenir est imprévisible, particulièrement au XXI<sup>e</sup> siècle. Néanmoins, il semble que 2018 commence dans un contexte économique plus favorable que les années précédentes, aux niveaux international, européen et français. C'est en tout cas ce que nous annoncent les économistes. L'année ne s'ouvre donc pas sous de mauvais auspices pour la Champagne car, historiquement, les périodes de croissance se sont toujours montrées favorables à la consommation de champagne. Alors... Bonne année ! ■



Catherine Chamourin, SGV