

Champagne. Les exportations participent largement au 4,7 milliards d'euros de l'activité 2015 du Champagne, notamment avec un prix moyen de la bouteille au-delà des 17 euros.

Chiffre d'affaires record pour le Champagne

Avec 4,73 milliards d'euros, le chiffre d'affaires 2015 du Champagne, tous marchés confondus, atteint un record historique, devant les années 2007 (4,56 Md €), 2014 (4,49 Md), 2008 (4,44 Md), 2012 (4,38 Md) et 2013 (4,36 Md). Tout comme en 2014 (+3,1%) qui succédait à deux années en baisse, il est en hausse de 5,2%.

L'exportation (2,69 Md€), pour la quatrième année consécutive, pèse majoritairement dans l'activité et représente 57% du chiffre d'affaires. Si cela a déjà été le cas entre 2006 et 2008, la tendance réaffirmée depuis 2012 pourrait bien s'installer définitivement, face à un marché français de plus en plus atone.

La progression à l'exportation s'explique par une hausse en volume conjuguée à des ventes à valeur ajoutée

(cuvées spéciales, rosés, millésimes) proportionnellement plus fortes que sur le marché métropolitain, à un maintien des prix sur les bouteilles « brut » et à un effet change favorable à l'euro. En volume, les 312,5 millions de bouteilles font de 2015 la 8^e année des meilleures ventes, loin derrière les 338,8 millions de bouteilles de 2007.

SE BAISSÉ DES VOLUMES EN FRANCE

Les ventes en France (51,8% du marché) ont culminé à 161,8 millions de bouteilles, soit un léger retrait de 0,3% qui correspond à la plus mauvaise année depuis 15 ans. Exceptée l'année 2010, 2015 est la septième année de recul des ventes de Champagne en France et la cinquième consécutive depuis 2011.

Cette baisse s'explique par

une forte désaffection des vignerons sur ce marché (-4,8%) et à moindre titre celle des coopératives (-0,2%), phénomène que l'avancée des Maisons de Champagne (+2,6%) n'a pas outre mesure contrecarré.

3^e HAUSSE DES VOLUMES EXPORTÉS

Avec 150,7 millions de bouteilles, les exportations gagnent 4% en volume et plus de 11% en valeur. Si les volumes progressent consécutivement depuis trois ans, les valeurs sont en hausse depuis six ans. C'est dire la tenue des prix à l'export, mais aussi la spécificité des ventes à l'étranger. Ce marché à l'export est tenu à 87% par les maisons de Champagne, 8% par les coopératives et 5% par les vignerons. En 2015, les ventes des maisons ont progressé de 4,6%, celles des vignerons de 6,1%

et celles des coopératives a baissé de 5,3%.

71% DES VENTES POUR LE NÉGOCE

Le négoce (Maisons de Champagne) a réalisé en 2015 plus de 71% des ventes, tous marchés confondus, soit un point de plus qu'en 2014. Ses ventes ont progressé de 3,9%. Dans le même temps, celles des vignerons (19,5% des ventes) ont baissé de 3,6% et celles des coopératives de 2,7%.

Dans les vingt dernières années, le prix moyen de la bouteille est passé de 12,2€ à 15 €, soit une augmentation de 23,3%. Le prix moyen sur le marché français (12,6€ en 2015) a progressé de 12%. A l'exportation, on est passé de 13,7€ en 1996 à 17,8 en 2015, soit une augmentation de 30,6%.

GÉRARD DELENCLOS

Export. La valeur des exportations de vins et spiritueux français a progressé de près de 9% en 2015. Le Champagne (+12%) et le Cognac (+19,6%) ont largement contribué à ce nouveau record (11,7 milliards d'euros).

Champagne et Cognac participent à la hausse de la valeur des exportations

Le chiffre d'affaires 2015 des vins et spiritueux français à l'exportation atteint un niveau record de 11,7 milliards d'euros, en hausse de 8,7% sur un an et ce malgré une baisse de volumes (1 128 millions de bouteilles) de 3,6%. En 2013 et 2014, la valeur des exportations avaient reculé de 0,4 et 2,8%. Les vins et spiritueux (+10,4 Md€) reprennent en 2015 leur deuxième place de la balance commerciale française, derrière l'aéronautique (+22,2 Mds d'euros) et devant les parfums et cosmétiques (+9,2 Md€).

En valeur, les vins (7,9 Md€) représentent 68% du chiffre d'affaires exportés des deux secteurs. Par produit, les 11,7 Md€ sont principalement réalisés par le Champagne (23%), le Cognac (22%), le Bordeaux (16%), le Bourgogne (6%) et les Côtes du Rhône (4%). Toujours en valeur, avec 2 686 M€, le Champagne couvre 34% de l'ensemble des vins exportés, devant le Bor-

deaux (23%) et le Bourgogne (9%).

Les bons résultats de 2015 sont portés ainsi par deux produits (le Champagne et le Cognac), par les performances dans deux pays (Etats-Unis et Chine) et par l'effet change favorable à l'euro (60% des exportations vins et spiritueux sont réalisés hors UE). La valeur ajoutée du Champagne s'affirme encore plus dans la comparaison des répartitions des produits: 6% des volumes des vins et spiritueux et 23% de la valeur pour le Champagne, 8 et 22% pour le Cognac, 12 et 16% pour le Bordeaux, 3 et 6% pour le Bourgogne et enfin 5 et 4% pour les Côtes du Rhône.

HAUSSE DE 12,1% DES EXPORTATIONS CHAMPAGNE

Avec 146 millions de bouteilles et 2 691 millions d'euros, les exportations de Champagne gagnent 4,8% en volume et 12,1% en valeur. Le Champagne est le seul vin, hors mousseux et pétillants,

à progresser en volume à l'exportation. Il pèse 9% du volume des vins exportés et 34% de leur valeur.

Dans ce bilan 2015, les vins mousseux français (87 millions de bouteilles) enregistrent une progression remarquable de 10%. Encore anecdotique en volume, les 105 000 bouteilles de vins pétillants progressent de 36% à l'exportation.

LA FRANCE COULEUR CHAMPAGNE EN AUSTRALIE ET ITALIE

Si le Champagne totalise 34% de la valeur des vins français à l'export et si les quinze premiers clients des vins français sont aussi les quinze premiers clients du Champagne, mais pas forcément dans le même ordre, cette moyenne suppose une fourchette très large qui va de 5% pour la Chine à 80% pour l'Australie.

On peut ainsi constater que la Chine, 5^e acheteur de vins français en 2015 (513M€), n'est que le 14^e acheteur de

Champagne (25,7 M€ en 2014). L'écart est comparable avec Hong-Kong, 7^e marché français pour les vins (354 M€) et 12^e pour le Champagne (35 M€). Dans le trio de tête du poids du Champagne dans les exportations de vins français figurent l'Australie (80%), l'Italie (73%) et le Japon (47%). Au rang des trois premiers clients des vins français, les Etats-Unis ont acheté en 2015 pour 1 306 M€ dont 402 M€ de Champagne (31%), le Royaume-Uni 1 154 M€ dont 477 M€ de Champagne (41%) et l'Allemagne 687 M€ dont 195 M€ de Champagne.

Les USA sont ainsi, en valeur, le 1^{er} client des vins français et le second pour le Champagne, le Royaume-Uni 2^e pour l'ensemble des vins et le 1^{er} pour le Champagne, l'Allemagne le 3^e pour les vins et le 4^e pour le Champagne. Le Japon, 6^e client pour les vins (454M€), est le 3^e client du Champagne (214 M€).

G.D.