



## LE MARCHE MONDIAL DU VIN ET DES SPIRITUEUX ET SES PERSPECTIVES A L'HORIZON 2016 SELON L'ETUDE **VINEXPO**

Pour la 11<sup>ème</sup> année consécutive, VINEXPO, le salon international du vin et des spiritueux, a confié au cabinet The iwsr (The International Wine and Spirit Research) la réalisation de l'étude détaillée sur la consommation mondiale, la production et les échanges internationaux des vins et spiritueux, et l'établissement de prévisions à cinq ans (donc 2016 pour cette nouvelle étude).

Cette étude couvre 28 pays producteurs et 114 marchés de consommation.

Créée en 1971, la base de données iwsr représente la source de données la plus large, la plus précise et la plus détaillée du marché mondial des boissons alcoolisées.

En 11 ans, l'étude VINEXPO est devenue un référent pour les professionnels du secteur. Chaque année, la marge d'erreur très faible, constatée lors de la comparaison entre les prévisions avancées et la consommation réelle, donne toute sa valeur à ce travail unique initié par VINEXPO.

### LE MARCHE MONDIAL DU VIN

#### 1) La consommation mondiale en hausse

La consommation mondiale de vins tranquilles (moins de 15°) et effervescents a **augmenté de 2,8 % entre 2007 et 2011** pour s'établir à 2,679 milliards de caisses de 9 litres, soit l'équivalent de plus de 32 milliards de bouteilles.

L'étude de conjoncture VINEXPO, seule étude mondiale anticipant l'évolution de la consommation, de la production et des échanges internationaux à 5 ans, prévoit qu'entre 2012 et 2016 la consommation mondiale devrait accélérer sa croissance. Elle retrouvera le rythme des années 2000 à 2005 à **+5,3% sur 5 ans**.

**+ 5,3%**

Prévision de croissance  
de la consommation mondiale  
entre 2012 et 2016

En 2016, la consommation mondiale s'établira à **2,873 milliards de caisses de 9 litres soit l'équivalent de 34,481 milliards de bouteilles**.

## 2) La croissance de consommation des vins effervescents est plus rapide que celle des vins tranquilles.

En 2011, les vins effervescents représentaient 7,7% de la consommation mondiale de vin.

Leur croissance de consommation s'est élevée à 4,12% entre 2007 et 2011 (contre 2,72 % pour celle des vins tranquilles) et devrait être de 8,52% entre 2012 et 2016.

La croissance de consommation sur les quatre premiers marchés mondiaux des vins effervescents (Allemagne, France, Russie et Etats-Unis) explique principalement cette hausse de consommation.

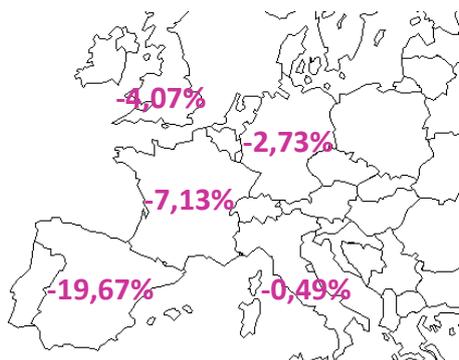
## 3) La Chine, les Etats-Unis, la Russie et l'Australie sont les moteurs de la croissance de la consommation mondiale



Entre 2007 et 2011, ces quatre marchés ont vu leur consommation **augmenter de 129 millions de caisses de 9 litres**, soit l'équivalent de 1,55 milliard de bouteilles.

La Chine est devenue en 2010, **le cinquième pays consommateur de vin au monde**. En 2011, les Etats-Unis sont montés sur la première marche du podium, et **l'Australie est entrée dans le top 10** détrônant la Roumanie.

## 4) Les pays européens voient leur consommation se ralentir et se modifier



L'Allemagne et le Royaume Uni ont vu, pour la première fois depuis 15 ans, leur consommation de vin reculer entre 2007 et 2011 de respectivement -2,73% et -4,07%.

La consommation de vin a également baissé de 7,13% en France et de 0,49% en Italie.

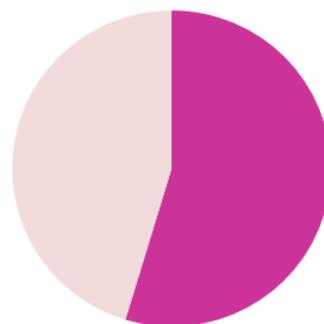
L'Espagne, quant à elle, a connu un fort recul avec une consommation qui a chuté de 19,67% en 5 ans (entre 2007 et 2011).

## 5) Le vin rouge continu de dominer la consommation mondiale

Le vin rouge représentait **54,7% de la consommation de vins tranquilles** en 2011.

Entre 2011 et 2016, les vins rouges devraient connaître **une croissance de consommation de 9,1%**, grâce notamment à la Chine, alors que les vins blancs ne devraient augmenter que de 2,75% sur la même période.

Atteignant 9,2% de la consommation mondiale les vins rosés devraient quant à eux enregistrer une **hausse de consommation de 7,58%** entre 2011 et 2016.



## 6) Les ventes mondiales de vins à plus de 10 USD la bouteille s'envolent

Elles représentaient 213,56 millions de caisses de 9 litres en 2011 (soit 8,6 % de la consommation mondiale de vins tranquilles) avec **une croissance de consommation de 12,59% par rapport à 2007** principalement concentrée sur la Chine, Les Etats-Unis et le Canada.

**Leur croissance de consommation devrait s'accroître encore entre 2011 et 2016 (+29,93%)** alors que sur la même période celle des vins consommés entre 5 et 10 USD la bouteille devrait être de 9,99%.

Les vins achetés à moins de 5 USD la bouteille (69,92 % de la consommation en 2011) devraient quant à eux connaître une hausse de consommation de 2,77 % sur la même période.

**+ 29,93%**

Prévision de croissance  
de la consommation  
de bouteilles à plus de 10 USD  
entre 2012 et 2016

## 7) Le « commerce » mondial du vin poursuit son développement

Un peu plus d'une bouteille sur quatre (27%) consommée dans le monde **est un vin « Importé »**.

Ce segment de consommation poursuit une croissance plus rapide que celle de la consommation totale (+ 7,92 % entre 2007 et 2011, contre + 2,83 %).

## 8) La France reste le leader mondial des exportations de vin en valeur



La France reste le leader mondial  
des exportations de vin en valeur

Avec 9,902 milliards de dollars (US) (+ 5,24 % par rapport à 2007), **les vins français confortent leur leadership mondial** dans le chiffre d'affaires réalisé par l'exportation de vins.

Ils sont suivis par les vins italiens et espagnols dont le chiffre d'affaires à l'export croît moins vite que les ventes en volume (+ 24,31 % vs + 47,62 %) signe d'une baisse importante du prix moyen des vins exportés.

La même analyse s'applique aux vins australiens (+ 13,3 % en volume / - 20,94 % en valeur entre 2007 et 2011) alors qu'à l'inverse **les vins chiliens poursuivent une stratégie de « montée en gamme »** sur le marché mondial (+ 8,13 % en volume et + 33,09 % en valeur entre 2007 et 2011).

### 1) L'Asie-Pacifique première zone de consommation mondiale de spiritueux.

En 2011 61,5 % de la consommation mondiale de spiritueux a été réalisée dans la zone Asie-Pacifique.

Cette consommation **est en forte hausse** (+ 74, 31 % entre 2007 et 2011) mais sa croissance devrait ralentir entre 2012 et 2016 selon l'étude VINEXPO (+ 13,63 %).

Le Baijiu (alcool blanc à base de sorgho, de blé ou de riz), consommé en Chine (premier pays consommateur de spiritueux au monde) représente d'ailleurs à lui seul **plus du tiers des volumes de spiritueux** consommés au monde.

**61,5%**

Part de la consommation mondiale réalisée par la zone Asie-Pacifique en 2011

### 2) La consommation mondiale de vodka se stabilise, celles du Rhum et des « brandies » poursuivent leur développement.

Entre 2007 et 2011 la consommation mondiale de vodka diminuait de 4,93 % mais selon les prévisions de l'étude VINEXPO elle devrait de nouveau augmenter de 1,56 % entre 2012 et 2016. 491,68 millions de caisses de Vodka ont été consommées dans le monde en 2011.

Parallèlement celle des « brandies » (hors Cognac et Armagnac) a connu **une croissance de 23,24 %** et celle du rhum a bondi de 22,32 % entre 2007 et 2011.

Le Cognac et l'Armagnac ont connu une période de consommation quasi stable entre 2007 et 2011 (-0,92%) et devraient renouer avec une **croissance de leur consommation mondiale de + 12,22 % entre 2012 et 2016.**

### 3) Le chiffre d'affaires en croissance rapide

Le chiffre d'affaires réalisé par la vente de spiritueux au niveau mondial a augmenté de 43% dans les 5 années entre 2007 et 2011 (+32,64 % pour la croissance des volumes consommés sur la même période).

L'Asie ne représente cependant que 48,6% du chiffre d'affaires réalisé (pour 61,5% des volumes consommés) et **le phénomène de « premiumisation » observé notamment en Chine se poursuit.**

**+ 43%**

Hausse du CA réalisé par la vente de spiritueux dans le monde entre 2007 et 2011

**Vinexpo se déroulera du 16 au 20 juin 2013  
au Parc des Expositions de Bordeaux - France  
Renseignements sur [www.vinexpo.com](http://www.vinexpo.com)**

Retrouvez Vinexpo sur



**Contact presse – Vinexpo :**

Anne Cusson – 05 56 56 01 68 – [acusson@vinexpo.fr](mailto:acusson@vinexpo.fr)

**Contacts presse – agence Hopscotch :**

Roberta Carrara – 01 58 65 00 89 – [rcarrara@hopscotch.fr](mailto:rcarrara@hopscotch.fr)

Régis Thibault – 01 58 65 00 62 – [rthibault@hopscotch.fr](mailto:rthibault@hopscotch.fr)

Alexia Pedemanaud – 01 58 65 00 48 – [apedemanaud@hopscotch.fr](mailto:apedemanaud@hopscotch.fr) (médias audiovisuels)

Boris Cavaglione – 01 58 65 00 95 – [bcavaglione@hopscotch.fr](mailto:bcavaglione@hopscotch.fr) (médias audiovisuels)