

Plus de 300 millions de bouteilles expédiées en 1999

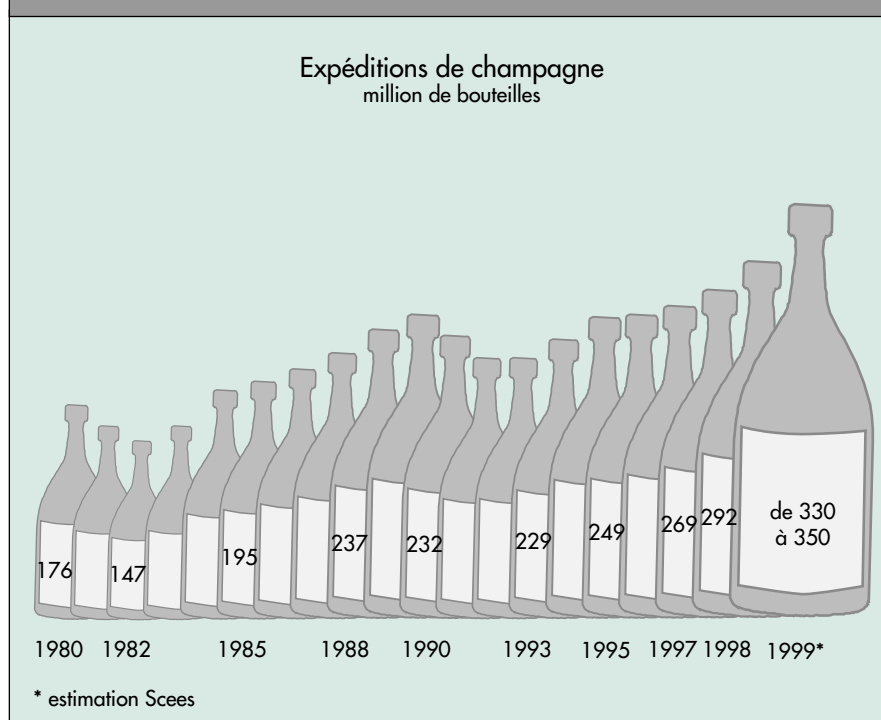
Le champagne à pleins gaz vers l'an 2000



es expéditions de champagne devraient progresser de près de 19 % en 1999. Six bouteilles sur dix sont vendues en France, mais les exportations sont les plus dynamiques ces dernières années. Le montant total des ventes sera en 1999 proche de 24 milliards de francs, soit 25 % de plus qu'en 1998.

■ Les producteurs de champagne se rapprochent sans crainte du cap de l'an 2000. Leurs ventes étaient déjà sur une pente ascendante depuis 1992. Elles s'accélérent encore en 1999 à l'occasion des fêtes de fin d'année. De 214 millions de bouteilles en 1992, les expéditions champenoises ont atteint 250 millions de bouteilles en 1995, puis 292 millions en 1998. Avec une croissance des ventes de 19 % sur les neuf premiers mois de 1999, elles passeront le seuil des 300 millions de bouteilles en 1999. Les Champenois vendront probablement plus de 330 millions d'unités, soit deux fois plus qu'en 1982 et trois fois leurs ventes de 1974. Le marché hexagonal constitue toujours le principal client des Champenois avec 55 % des bouteilles vendues de janvier à septembre 1999. Le reste de l'Union européenne absorbe le quart des expéditions, le continent américain un peu plus de 10 %, et l'Asie et l'Océanie près de 3 %. À l'étranger,

Une augmentation ininterrompue des ventes depuis 1992



Sources : Agreste - Comité interprofessionnel des vins de Champagne

les Britanniques demeurent les premiers acheteurs devant les Américains, les Allemands, les Belges, les Suisses et les Italiens. Mais à l'image de ce qui s'est passé ces dernières années, les ventes de 1999 ont été plus dynamiques à l'exportation qu'en France. Les ventes hexagonales progressent sur les neuf premiers mois de 8 %, contre 27 % dans les autres pays de l'Union. Le nouveau millénaire a surtout dopé les exportations vers les pays tiers, à savoir pour l'essentiel la Suisse, l'Amérique et l'Asie, où elles s'accroissent de moitié. Américains et Canadiens semblent apprécier le champagne puisque leurs achats avaient augmenté respectivement de

Près de six bouteilles sur dix sont vendues en France

expéditions de bouteilles (en millier)

	de janv. à sept. 1999	Variation 1999/1998 (de janv. à sept.)	Parts de marché de janv. à sept. 1999
Union européenne	156 947	13,5 %	81 %
dont France	107 563	8,3 %	55 %
autres pays de l'UE	49 384	26,8 %	26 %
Autres pays	37 302	45,8 %	19 %
Ensemble	194 246	18,6 %	100,0 %

Source : Comité interprofessionnel des vins de Champagne

de croissance du marché, les exportations se développent plus vite que les ventes hexagonales. Les marchés étrangers constituent aujourd'hui 45 % des débouchés contre un peu plus de 30 % au début de la décennie quatre-vingt. Les ventes à l'étranger ont régulièrement progressé depuis 1989. Leur croissance a été ensuite interrompue, de 1990 à 1992, quand

nomiques qui peuvent survenir dans une partie du monde. Vendre à des clients anciens, comme les Britanniques et les Allemands, est un autre atout dans les périodes délicates, car ces acheteurs sont généralement les plus fidèles.

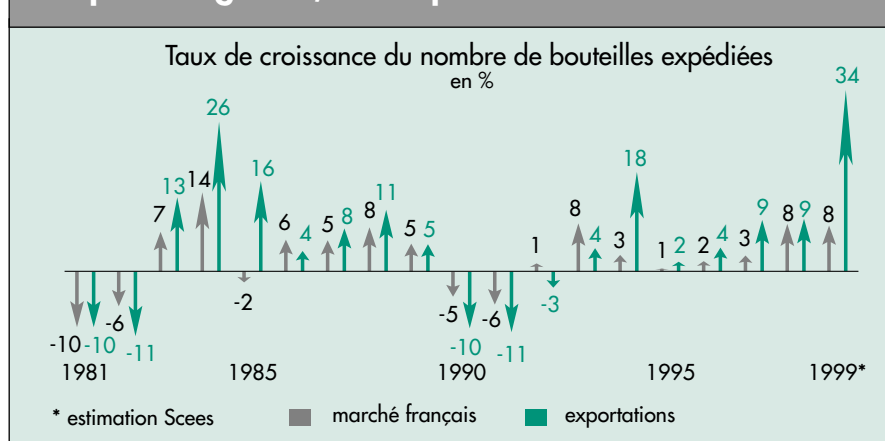
À la croissance de 19 % du volume des ventes, se rajoutera sans doute en 1999 une augmentation des prix de la bouteille proche de 6 %. Du moins si l'on s'en tient aux hausses de tarifs déjà constatées depuis le début de l'année. La valeur du champagne expédié dépasserait ainsi, en 1999, les 24 milliards de francs. Elle était évaluée, selon l'enquête sur les productions commercialisées du Sceaux, à 15 milliards en 1995, 16 en 1996, 17 en 1997 et 19 milliards en 1998. La vingtaine de milliards des Champenois représente un peu moins de 3 % de l'ensemble du chiffre d'affaires des entreprises agroalimentaires de 20 salariés et plus. Vingt milliards c'est à peu près le chiffre d'affaires de l'industrie sucrière et deux fois celui des producteurs d'eaux-de-vie. Par rapport aux autres secteurs agroalimentaires, celui de la champagnisation se distingue d'abord par l'importance de ses exportations. Avec plus de 40 % de leur chiffre d'affaires réalisé à l'exportation, les producteurs champenois sont parmi ceux qui vendent le plus à l'étranger. Seuls les producteurs de cognac, qui commercialisent près de 95 % de leurs eaux-de-vie hors de France, affichent un taux d'exportation sensiblement plus élevé. En 1998, le taux moyen d'exportation des entreprises agroalimentaires était de 18 %.

À l'étranger, les Britanniques demeurent les premiers acheteurs devant les Américains

83 et 189 % sur le premier semestre 1999. Joli succès également en Asie malgré une chute des ventes de 30 % au Japon. Toujours sur les six premiers mois de l'année 1999, les achats sont stimulés par la reprise économique à Singapour et à Hong Kong où ils progressent respectivement de 400 % et de 120 %. L'Océanie n'est pas en reste avec une augmentation des ventes d'un tiers en Australie. En 1999, comme dans toutes les phases

le marché du champagne a connu ses années difficiles. Pendant ces trois années, les ventes en France ont mieux résisté que celles effectuées à l'étranger. L'importance du marché français, plus stable et moins volatil que les marchés étrangers, constitue un élément de sécurité pour les Champenois. Il en est de même de la structure de leurs ventes hors de France. Exporter sur tous les continents les protège des récessions éco-

Depuis vingt ans, les exportations tirent les ventes



Plus de 20 milliards de chiffre d'affaires en 1999



Sources : Agreste - Comité interprofessionnel des vins de Champagne

Si le succès du champagne repose d'abord sur l'excellence d'un produit, il doit beaucoup aussi à l'organisation de son marché qui se caractérise par une maîtrise des quantités et des prix. Pour contrôler les volumes, les Champenois fixent à l'occasion de chaque récolte un rendement maximum, qui est toujours inférieur ou égal aux 13000 kilogrammes à l'hectare imposés par l'Institut national des appellations d'origine. Le rendement arrêté par l'interprofession dépend non seulement des conditions climatiques, donc de la qualité, mais aussi de l'état du marché. Il est revu à la baisse en cas de chute des ventes ou de gonflement des stocks. Ce rendement a été, depuis 1992, inférieur à 12000 kilogrammes à l'hectare. Il a même été fixé à 9600 kilogrammes en 1994. Autre dispositif pour contrôler les volumes commercialisés, celui dit du « blocage-déblocage ». L'interprofession décide, pour chaque récolte, s'il y a lieu de conserver pour les années futures une partie du vin en chais. L'équivalent de 67 millions de bouteilles a ainsi été mis en réserve à l'occasion de la récolte 1998, qui en comportait 332 millions. Les quantités bloquées ne sortent des chais pour être champagnisées que sur décision de l'interprofession, quand le besoin s'en fait sentir. Pour répondre à la demande, mais aussi parce qu'on ne peut stocker indéfiniment du vin sans nuire à ses qualités. Toujours à l'occasion de la récolte 1998, les réserves des récoltes 1992, 1993 et 1994 ont

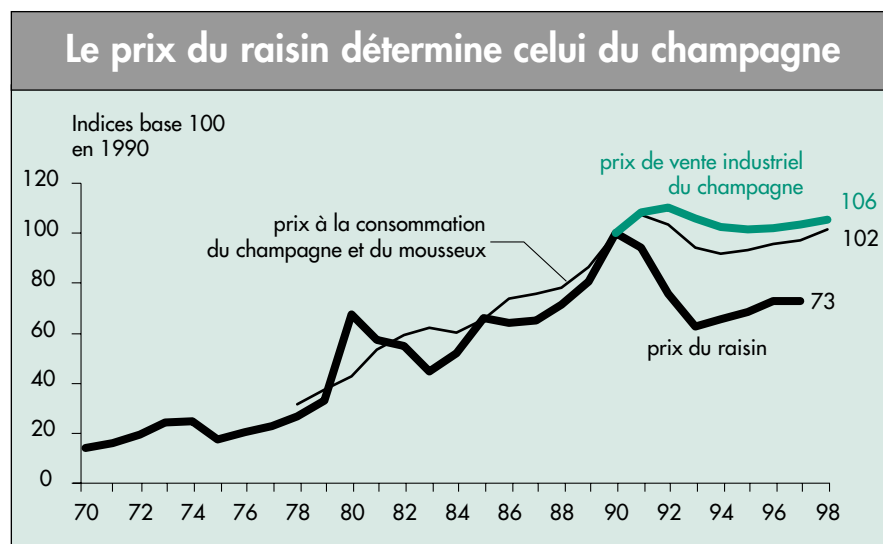
été utilisées pour alimenter le pic du millénaire. Ce double dispositif de contrôle, sur les rendements et les volumes mis en attente, permet de limiter les apports excessifs qui feraient chuter les prix. Il permet aussi d'éviter qu'une trop forte demande ne fasse flamber les cours.

Les Champenois ont appris à se méfier des hausses excessives du prix du raisin

Car les Champenois ont appris à se méfier des tarifs trop élevés qui font chuter les ventes. De 1982 à 1989, le prix du raisin payé aux vignerons augmente de 80 %. Et pourtant les ventes progressent de 147 à 249 millions de bouteilles. Le mécanisme de contractualisation, qui détermine les quantités et les prix du raisin vendu par les

majeure partie celui en vigueur aujourd'hui. Le prix du raisin, qui avait déjà baissé en 1991, est désormais payé 25 % de moins qu'en 1990. Sa baisse se poursuit même en 1993 où il est inférieur de 37 % à son niveau de 1990. Elle se traduit dès 1993 par une diminution, certes moins importante, mais bien réelle des prix

Le prix du raisin détermine celui du champagne



Sources : Comité interprofessionnel des vins de Champagne - Insee

du champagne. Le prix du raisin détermine en effet en grande partie celui des bouteilles. Car les matières premières constituent des charges importantes pour l'industrie du champagne. Elles représentent plus de la moitié du chiffre d'affaires des entreprises de 20 salariés et plus. Avec la baisse du prix du raisin, les ventes peuvent désormais repartir. En 1994, les expéditions en France dépassent leur niveau record de 1989. Mais il faut attendre 1996, pour que les exportations récupèrent leurs marchés perdus.

La récolte 1999 permettra d'alimenter les futures commandes puisqu'elle allie qualité et quantité. On l'estime aujourd'hui à 2,5 millions d'hectolitres soit 4,6 % de moins qu'en 1998. Elle n'en est pas moins une des plus volumineuses de ces dix dernières années. Elle permettra de reconstituer les stocks, sérieusement entamés par le passage au nouveau millénaire. Les Champenois ont d'ores et déjà décidé de mettre en réserve 7,5 % de la récolte 1999 soit l'équivalent de 23 millions de bouteilles de champagne. On prête de nombreuses qualités gustatives à cette récolte, notamment parce que son raisin bénéficie d'un fort degré en alcool. On la dit même « millésimable ». Elle serait donc utilisable sans être mélangée à d'autres récoltes, ce qui est un gage de qualité pour les Champenois. Pour ne pas retomber dans les erreurs du passé, le prix du raisin n'augmente que de 2 % par rapport à 1998.

René Lemaçon

Service régional de statistique agricole de Champagne-Ardenne

Huit années de gestion des volumes et des prix

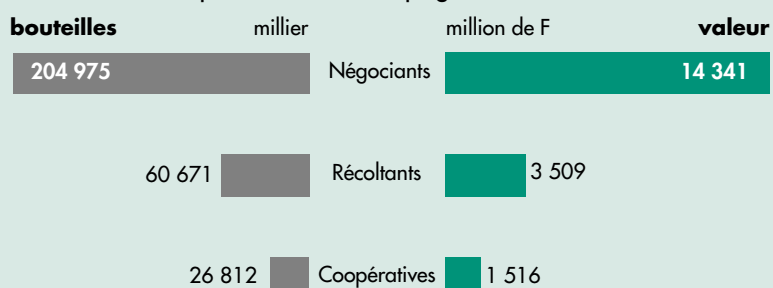
	Rendement de base (kg/ha)	Plafond autorisé (kg/ha)	Quantités bloquées (kg/ha)	Quantités débloquées (kg/ha)	Prix indicatif « cru à 100 % » (F/kg)
1992	10 400	11 960	2 960		24,0
1993	8 400	10 400	2 000		20,5
1994	9 000	9 600	600		21,3
1995	10 400	11 000			22,3
1996	10 400	10 400			24,0
1997	10 000	10 000		1 021	24,0
1998	10 400	13 000	2 600	1 500	25,0
1999	10 400	13 000	1 000	2 700*	25,5

* solde des quantités débloquées en 1992, 1993 et 1994.

Source : Comité interprofessionnel des vins de Champagne

Trois quarts des ventes pour les négociants

Expéditions de champagne en 1998



Source : Comité interprofessionnel des vins de Champagne

■ Sur dix bouteilles, sept sont aujourd'hui vendues par des négociants contre deux pour les coopératives et une pour les récoltants. Ces parts de marché n'ont guère varié ces dernières années. Les ventes des négociants sont en moyenne les plus chères car elles constituent les trois quarts de la valeur des expéditions. On comptabilisait au 31 décembre 1998, selon le Comité interprofessionnel des vins de champagne, 116 négociants distributeurs, 264 négociants-manipulants et 45

coopératives de manipulation. Il y avait également 5111 récoltants-manipulants, qui sont les seuls à cumuler l'activité de vigneron et de production de champagne. Les autres producteurs achètent leur raisin, soit aux récoltants-manipulants, soit aux 19230 récoltants. Le nombre des récoltants plafonne depuis 1996 après avoir sensiblement augmenté dans les années quatre-vingt. On en recensait en effet 4310 en 1981.

Pour en savoir plus

■ *Bulletin d'information*, Comité interprofessionnel des vins de Champagne, n° 210, troisième trimestre 1999

■ « Production des IAA en 1998 - Enquêtes de branches y compris PRODCOM », *Agreste-Données chiffrées IAA*,

n° 92, novembre 1999

■ « Situation des entreprises agroalimentaires en 1998 », *Agreste-Données chiffrées IAA*, n° 93, décembre 1999, et sous forme de CD-Rom dans *Agreste-Numérique*

