



LES EXPÉDITIONS  
DE VINS DE CHAMPAGNE  
EN 2013

### **Avertissements**

Les volumes sont exprimés en bouteilles de 75 cl et le chiffre d'affaires en euros courants.

Dans les tableaux relatifs à l'évolution, en volume, des expéditions de vins de Champagne, certaines sommes de pourcentages peuvent ne pas être égales à 100% en raison des arrondis.

• • •

La reproduction, même partielle, des textes, graphiques, tableaux et autres éléments contenus dans le présent document est interdite, sauf accord préalable et écrit, donné par le Comité interprofessionnel du vin de Champagne.

• • •

Ce document peut être téléchargé sur le site du Comité Champagne :

**[www.champagne.fr](http://www.champagne.fr)**



Dans un contexte économique morose, le résultat des expéditions de vins de Champagne en 2013 apparaît plutôt satisfaisant.

D'abord, parce que le niveau de 305 millions de bouteilles, certes en retrait par rapport à la moyenne de la dernière décennie, constitue toutefois un plancher solide pour une reprise de la croissance au cours des prochaines années.

Ensuite, car le chiffre d'affaires a bien progressé et se situe à un haut niveau malgré un volume proche de 2004 et 2005. Le chemin parcouru au cours des dix dernières années, certes difficile, n'a pas été vain.

Dans cette période incertaine, les Champenois ont adapté leurs pratiques commerciales. La dépendance aux marchés proches s'est réduite. C'est le cas de la France qui a perdu un peu plus de 10 millions de bouteilles en moins de dix ans. Une telle évolution touche également les principaux marchés européens comme le Royaume-Uni ou l'Italie.

Ainsi, la France et l'Union européenne qui absorbaient respectivement 60% et 26% des expéditions il y a dix ans représentent désormais, ensemble, moins de 80% des volumes expédiés.

Dans le même temps, les pays tiers ont progressé de manière continue en passant de 15% à 21% des expéditions totales en 2013. Le "grand export" a compensé le recul en volume de la France et de l'Europe, et il contribue nettement à la croissance en valeur de la Champagne puisque ces destinations constituent maintenant plus d'un quart du chiffre d'affaires.

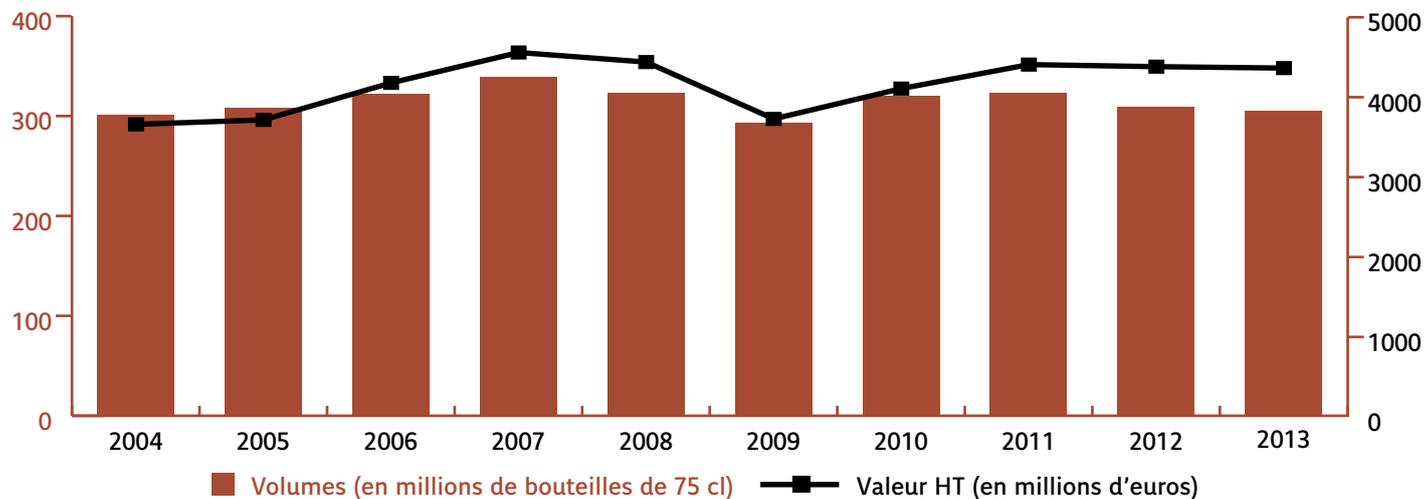
Les Champenois souhaitent accompagner et accentuer cette croissance en valeur. Il convient pour se faire de réaffirmer l'unicité et l'authenticité du Champagne auprès des consommateurs, de développer l'image de l'appellation Champagne dans le monde et de renforcer encore la qualité des vins par des pratiques irréprochables. Tels sont les grands objectifs de la Champagne pour les quinze prochaines années.

# Le Champagne dans le monde

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

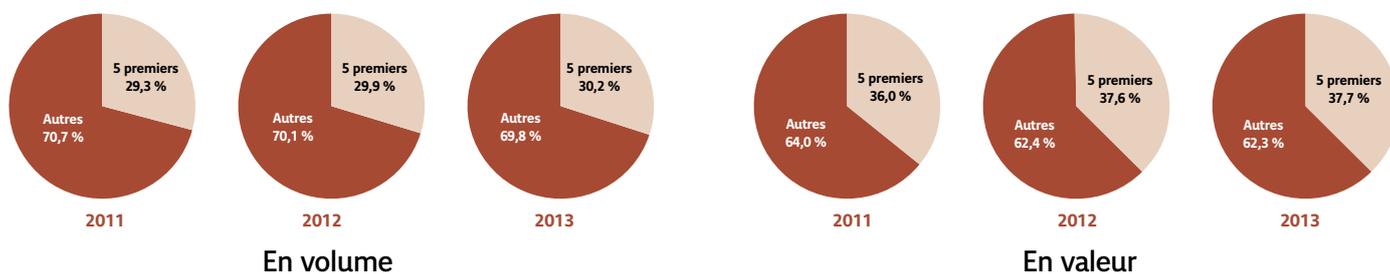
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	304 973 710	210 918 824	69,2%	65 734 598	21,5%	28 320 288	9,3%
2012	308 599 509	213 245 160	69,1%	67 664 410	21,9%	27 689 939	9,0%
2011	322 951 807	222 771 638	69,0%	71 503 214	22,1%	28 676 955	8,9%
2010	319 496 853	219 141 755	68,6%	72 410 253	22,7%	27 944 845	8,7%
2009	293 330 613	193 548 261	66,0%	74 827 691	25,5%	24 954 661	8,5%
2008	322 637 259	214 293 274	66,4%	78 463 924	24,3%	29 880 061	9,3%
2007	338 796 703	229 633 001	67,8%	77 492 090	22,9%	31 671 612	9,3%
2006	321 789 798	217 676 304	67,6%	74 653 176	23,2%	29 460 318	9,2%
2005	307 665 132	207 294 622	67,4%	72 632 578	23,6%	27 737 932	9,0%
2004	301 420 052	202 444 956	67,2%	71 060 018	23,6%	27 915 078	9,3%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





# Le monde

Les expéditions de Champagne en 2013 s'établissent à 305 millions de bouteilles, un volume en légère baisse de 1,2% par rapport à 2012. 2013, dans la continuité de l'année 2012, a été touchée par le contexte économique fragile. Le chiffre d'affaires résiste et reste stable à 4,36 milliards d'euros (-0,4%). Il fait partie des cinq meilleures performances en valeur de la Champagne. Il a cependant été impacté par l'effet de change défavorable à destination de plusieurs marchés.

Cette situation contrastée entre le tassement des volumes et la résistance du chiffre d'affaires souligne les disparités qui existent dans la situation des marchés et des expéditeurs.

## Des expéditions contrastées selon les destinations...

La France (167,3 millions de bouteilles) et l'Union européenne (74,7 millions de bouteilles) sont une nouvelle fois à l'origine du ralentissement des expéditions de la Champagne. Elles sont respectivement en baisse de 2,3% et 2,2% en volume et de 0,9% et 1,9% en valeur. Ensemble, elles sont en recul de 2,3% en volume et 1,2% en valeur. La part de ces deux zones passe sous la barre des 80% et représente 79,4% des expéditions de la Champagne en volume. En 2004, elles représentaient près de 85% des expéditions. Avec 3,2 milliards d'euros, ces deux marchés assurent 74,1% du chiffre d'affaires de 2013, contre 80,7% en 2004.

A l'inverse, le reste du monde poursuit sa croissance et progresse de 3,3% en volume et de 2% en valeur. Ces marchés restent dynamiques et leurs expéditions s'établissent à 62,9 millions de bouteilles pour un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros. S'ils assurent près de 21% des expéditions de la Champagne et plus de 25% de son chiffre d'affaires, ils ne compensent pas la baisse des principaux marchés.

La baisse importante des expéditions en fin d'année 2012 s'est poursuivie

au cours du premier semestre 2013, qui a reculé de 2,7%, et le second semestre s'est stabilisé à 197 millions de bouteilles. La gestion des approvisionnements de la part des metteurs en marché reste prudente et laisse présager une situation saine des stocks dans les circuits de distribution.

## ... et aussi selon les expéditeurs

Si en 2012 tous les types d'acteurs ont été touchés de manière homogène par la baisse des expéditions, ce n'est pas le cas en 2013. Les maisons, qui expédient plus de deux tiers des volumes de la Champagne (69,2%) pour 73,9% du chiffre d'affaires, sont en recul en France (-2,8%) et en Union européenne (-1,8%). Elles progressent vers le reste du monde (+2,6%), qui constitue 26,6% de leurs expéditions et 32,2% de leur chiffre d'affaires. Ces marchés, véritables relais de croissance, compensent partiellement la baisse de leurs expéditions sur les principaux marchés. En 2013, les maisons ont expédié 210,9 millions de bouteilles (-1,1%) pour un chiffre d'affaires de 3,23 milliards d'euros (-0,7%).

Les vignerons assurent 21,6% des expéditions en volume et 17,9% du chiffre d'affaires de la Champagne. Ils sont en recul de 2,9% en volume et l'érosion de leurs expéditions se poursuit : en 2013, ils expédient 12,7 millions de bouteilles de moins qu'en 2008. C'est à nouveau en France

(-3,5%), destination majeure pour leurs expéditions (90,2%), que la situation s'est dégradée. L'Union européenne (+3,6%) et les pays tiers (+4,6%), établissent à nouveau des records, même si les volumes restent faibles (respectivement 3,9 et 2,5 millions de bouteilles). Au total, les vignerons ont expédié 65,7 millions de bouteilles pour un chiffre d'affaires de 781,1 millions d'euros.

Les coopératives connaissent une évolution différente : elles sont les seules à progresser globalement (+2,3% en volume et +3,9% en valeur), et à croître en France (+5,6% en volume et +6,6% en valeur), marché qui contribue nettement à leur croissance en 2013. Au total, elles ont expédié 28,3 millions de bouteilles, pour un chiffre d'affaires de 356,8 millions d'euros et représentent 9,3% des expéditions de la Champagne en volume (+0,3 point) et 8,2% de la valeur (+0,4 point).

## Vers une reprise lente

En 2013, l'activité économique s'est accélérée dans les pays avancés, notamment aux États-Unis et au Royaume-Uni, la croissance est devenue positive dans la zone euro et a ralenti dans les pays émergents. En 2014, la situation va continuer de se renforcer, tout en restant fragile. Les Champenois devront à nouveau évoluer dans ce contexte incertain, mais qui s'améliore.

## Une part toujours importante du Champagne dans le commerce extérieur français

Les exportations françaises de vins et spiritueux représentent le deuxième poste excédentaire du commerce extérieur français derrière l'aéronautique et devant les parfums et cosmétiques. Elles sont stables en 2013, à 11,1 milliards d'euros. Le Champagne contribue positivement à l'évolution des exportations en valeur, avec le second chiffre d'affaires à l'export de la filière française (20% des exportations, pour seulement 6% des volumes) derrière le Cognac (21%) et devant les vins de Bordeaux (19%). Le Champagne représente 30% des expéditions de vins hors de France (7% en volume).



# Le monde

## Focus sur les qualités de Champagne

L'analyse des qualités à partir des données des exportations détaillées doit se faire avec précaution puisque ces chiffres reflètent les expéditions et non la consommation réelle et n'incluent pas les informations qui concernent la France, faute de données disponibles à l'échelle des expéditions totales.

### Les brut non millésimés dominant tous les marchés

Les vins brut non millésimés sont en retrait pour la deuxième année consécutive (-0,6% en volume et -0,3% en valeur). Bien que leur part de marché continue de diminuer au profit des autres cuvées, ils demeurent les vins les plus consommés et représentent désormais 81% des volumes pour 69,4% de la valeur.

L'Union européenne, qui constitue le principal marché des expéditions de vins brut non millésimés hors de France (55,6% des volumes), est en baisse de 2,8% en volume et de 2,1% en valeur, ce qui a entraîné le recul des brut sans année à l'échelle mondiale. A l'inverse, ils poursuivent leur progression vers les pays tiers (+2,1% en volume et +1,9% en valeur).

### Les rosés progressent toujours

Avec des volumes une nouvelle fois records en 2013, les vins rosés pour-

suivent leur croissance. Les expéditions sont en hausse de 3% et leur chiffre d'affaires progresse de 7,2%. Leur part de marché s'établit à 9,7% en volume (+0,2 point) et 11,9% en valeur (+0,7 point).

Les vins rosés sont davantage consommés dans les pays tiers (56,5% des rosés y sont expédiés), qui contribuent à la croissance de ces cuvées. Les volumes augmentent régulièrement depuis quatre ans et, en 2013, progressent de 5,2% pour un chiffre d'affaires en hausse de 9,7%. Si les volumes à destination de l'Union européenne sont restés stables (+0,3%), leur chiffre d'affaires augmente de 3,9% en 2013.

Les quatre premiers marchés des rosés (Royaume-Uni, États-Unis, Japon et Allemagne) absorbent plus de la moitié des expéditions. Ensemble et à l'instar de la tendance, ils progressent de 3,3% en volume.

### Légère croissance des cuvées de prestige

Les cuvées de prestige représentent 4,2% des exportations pour 13,2% de la valeur et poursuivent leur croissance afin de retrouver un niveau d'expéditions antérieur à 2008 (4,7% des volumes pour 15% de la valeur en 2007). En 2013, elles ont progressé de 1,1% en volume et sont en

retrait de 1,8% en valeur, résultat d'une évolution différente entre l'Union européenne (en hausse) et le reste du monde (en baisse).

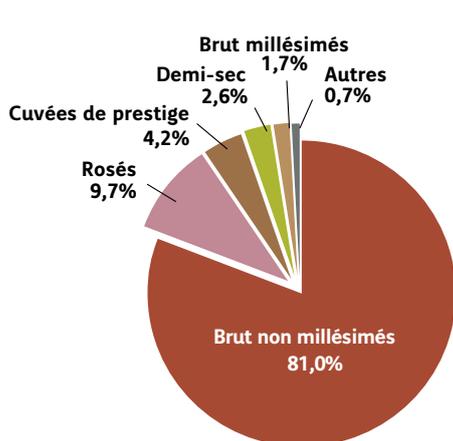
Bien que les expéditions à destination des pays de l'Union européenne diminuent, ces derniers ont davantage importé de cuvées de prestige en 2013. Elles ont progressé de 14,3% en volume et de 6,6% en valeur notamment vers le Royaume-Uni (+17,2% en volume), l'Espagne (+24,7%) et la Suède (+88,3%).

Après plusieurs années de fortes progressions vers le reste du monde, les cuvées de prestige marquent le pas (-4,7% en volume et -5,5% en valeur). Leur part de marché s'élève à 5,8% en volume (-0,5 point) pour 17% de la valeur (-1,4 point). Les six premiers marchés des cuvées de prestige sont les États-Unis, où elles assurent 19,6% du chiffre d'affaires, le Japon (25,9% en valeur), le Royaume-Uni (8,4%), l'Italie (18%), les Émirats Arabes Unis (34,4%) et l'Allemagne (7,3%). Ces pays représentent, ensemble, 66,1% des volumes des cuvées de prestige et 65,3% du chiffre d'affaires.

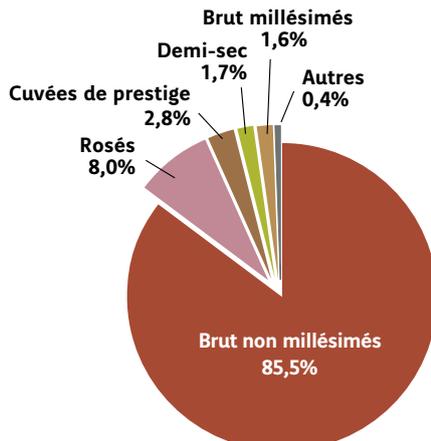
### Revalorisation des demi-sec

Après une année 2012 en recul, les demi-sec enregistrent, en 2013, la plus forte croissance parmi toutes les cuvées,

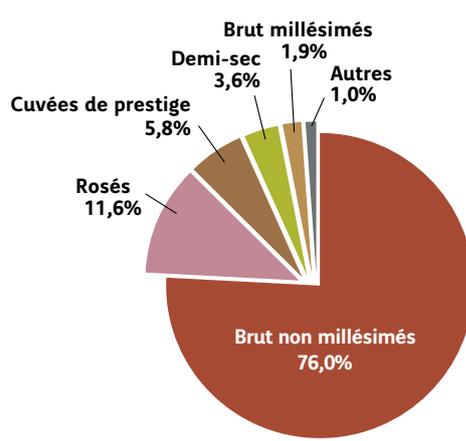
Expéditions par qualité dans le monde (hors France)



Expéditions par qualité vers l'Union européenne



Expéditions par qualité vers les pays tiers



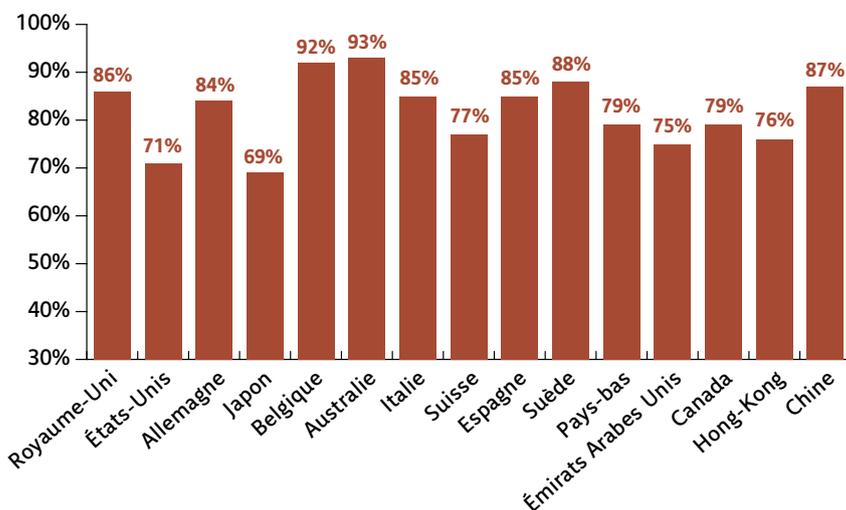
Sources CIVC.



(+14,8% en volume et +18,6% en valeur). Cependant, les quantités demeurent faibles et les demi-sec représentent 2,6% des volumes. En 2013, la part de marché en valeur rejoint la part en volume grâce à la nette progression du prix moyen (+3,3%).

Les ventes de demi-sec ont progressé aussi bien à destination des pays de l'Union européenne (+4%) que vers les pays tiers (+21,5%). Les États-Unis, leur premier marché, ont fortement contribué à leur croissance en 2013. La tendance à la hausse des demi-sec se confirme également vers leurs principaux marchés : la Suisse (+3%), le Japon (+21,9%) et le Royaume-Uni (+45,7%).

### Part des expéditions de vins brut non millésimés



### Les Champagne millésimés

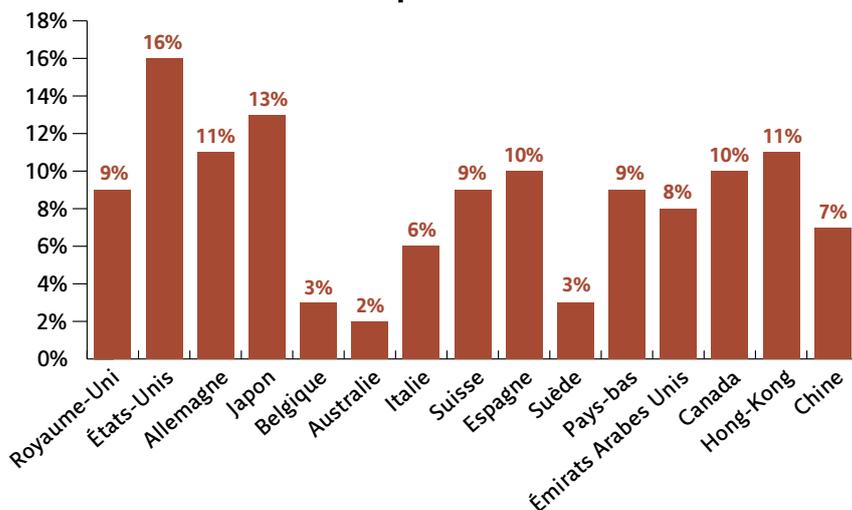
L'analyse ci-dessous isole les vins millésimés des différentes qualités, dont les volumes sont déjà intégrés aux vins rosés, cuvées de prestige et demi-sec. Par conséquent, on ne peut pas les cumuler avec les autres qualités.

Les vins millésimés toutes couleurs et tous dosages confondus représentent 5,3% des volumes pour 14,1% de la valeur. Après quatre années de croissance, ils sont en repli de 4,6% en volume et 2,5% en valeur.

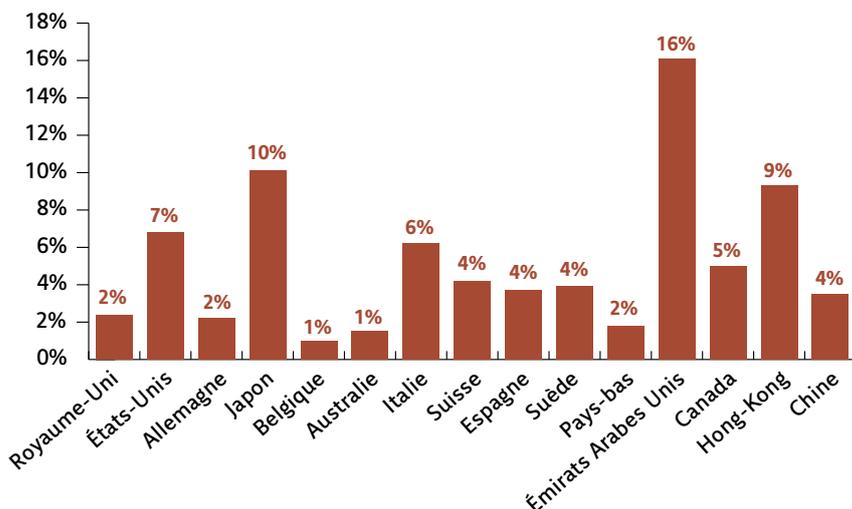
Plus des trois quarts (76,8%) des cuvées de prestige sont millésimées. Elles représentent 61,2% des volumes de Champagne millésimés. Les vins brut millésimés constituent 32,6% des millésimés et 1,7% des expéditions totales (hors France). Les rosés millésimés (+7,1%) progressent et représentent 5,1% des millésimés. Seulement 2,9% des rosés sont millésimés.

La majorité des expéditions de vins millésimés (64,9%) a pour destination les pays tiers. En 2013, les volumes diminuent (-5,3%) en raison du recul des cuvées de prestige. Bien qu'en retrait de 3,2%, les cuvées millésimées à destination des pays de l'Union européenne représentent 35,1% des expéditions totales de millésimés.

### Part des expéditions de vins rosés



### Part des expéditions de cuvées de prestige

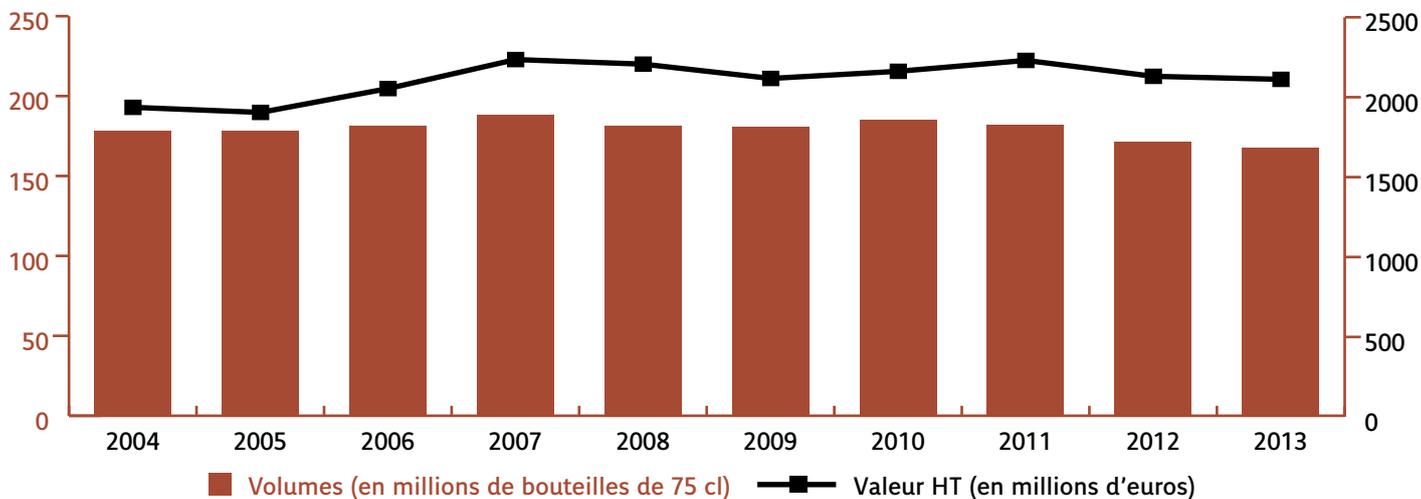


# Le Champagne en France métropolitaine

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

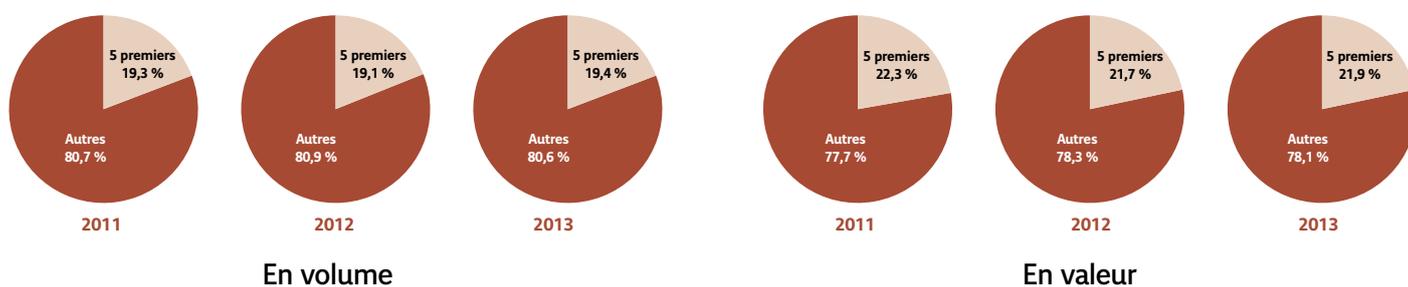
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	167 333 600	91 776 395	54,9%	59 285 377	35,4%	16 271 828	9,7%
2012	171 250 077	94 384 145	55,1%	61 461 877	35,9%	15 404 055	9,0%
2011	181 623 158	100 394 062	55,3%	65 224 951	35,9%	16 004 145	8,8%
2010	185 131 973	103 082 879	55,7%	66 311 200	35,8%	15 737 894	8,5%
2009	180 770 128	96 616 352	53,4%	69 409 173	38,4%	14 744 603	8,2%
2008	181 387 615	92 396 540	50,9%	72 301 785	39,9%	16 689 290	9,2%
2007	187 950 736	99 194 632	52,8%	71 312 938	37,9%	17 443 166	9,3%
2006	181 129 602	95 633 589	52,8%	68 927 472	38,1%	16 568 541	9,1%
2005	178 360 253	94 258 837	52,8%	67 305 435	37,7%	16 795 981	9,4%
2004	178 363 572	94 732 319	53,1%	66 215 955	37,1%	17 415 298	9,8%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





# La France métropolitaine

Dans un contexte économique défavorable et qui perdure, 2013 est en baisse pour la troisième année consécutive. Loin des niveaux élevés des années 2006 à 2011, supérieurs à 180 millions de bouteilles, les expéditions tombent en dessous des 170 millions de bouteilles, à 167,3 millions (-2,3%). Le chiffre d'affaires résiste mieux (-0,9%) à 2,1 milliards d'euros (proche de 2012). La part de marché de la France dans les expéditions du Champagne reste cependant majoritaire en volume, à 54,9%. Elle atteint 48,4% du chiffre d'affaires, niveau le plus bas de la décennie.

Ces chiffres concernent la France métropolitaine et n'incluent pas les départements, régions et collectivités d'outre-mer dont les expéditions, qui s'élèvent à 4,8 millions de bouteilles, sont en hausse de 5,4% en volume et de 6,6% en valeur à 60,7 millions d'euros. Ces destinations, qui n'ont pas été épargnées par la situation économique atone au cours des deux années précédentes, retrouvent leur niveau d'expéditions moyen de la décennie.

## Vignerons et maisons impactés par le contexte économique

Le contexte économique très morose de la France en 2013 a une nouvelle fois impacté le marché français. Si en 2012 le recul des expéditions concernait l'ensemble des opérateurs de manière homogène, seules les coopératives sont en croissance en 2013.

Les maisons sont en baisse de 2,8% à 91,8 millions de bouteilles et de 1,5% à 1,2 milliard d'euros. Elles sont les principales expéditrices en France puisqu'elles assurent 54,8% des volumes et 57,4% de la valeur de ce marché. Leur part de marché reste toujours élevée alors que la France constitue 43,5% de leurs expéditions contre 46,8% en 2004.

L'érosion des ventes des vignerons se poursuit alors que le marché français représente toujours plus de 90% de leurs débouchés. Même si leurs exportations augmentent d'année en année,

elles sont loin de compenser la baisse du marché français. Les expéditions des vignerons sont en recul de 3,5% à 59,3 millions de bouteilles et leur chiffre d'affaires de 1,9% à 692 millions d'euros. Leur prix moyen est en hausse de 1,7%, soit un peu plus que l'inflation. Les vignerons assurent 35,4% des expéditions de la France et 32,8% du chiffre d'affaires.

## Les coopératives sont en croissance

Les coopératives, avec 16,3 millions de bouteilles sont les seules à progresser en France (+5,6%). Elles ne retrouvent pas les niveaux atteints entre 2003 et 2008, proches de 17 millions de bouteilles. Cependant, leur chiffre d'affaires progresse de 6,6%, à 206,7 millions d'euros, et constitue le deuxième chiffre d'affaires de la décennie après 2007. Leur prix moyen, en hausse de 0,9%, est à son plus haut niveau. Elles expédient 9,7% des volumes et 9,8% de la valeur du marché français.

## La grande distribution en baisse plus rapide que les autres circuits

Au sein du marché français, la grande distribution n'a pas été épargnée par le contexte économique puisque les résultats 2013 sont en baisse de 3,7% par rapport à 2012 : 51,4 millions de bouteilles ont été commercialisées en grande et moyenne distribution et dans les magasins discount. Cette diminution est le produit de la stabilité des maga-

sins discount (+0,1%) et de la baisse de 4,2% des ventes en grandes et moyennes surfaces. Les autres réseaux de distribution sont en retrait de 1,8%. En 2013, la grande distribution a été plus touchée que les autres circuits.

## Moins de premiers prix

Mais si les consommateurs ont fait preuve de prudence et ont manifestement maîtrisé leurs dépenses, ils ont également préféré consommer mieux : les ventes des cuvées d'entrée de gamme en grande distribution ont été délaissées au profit des cuvées plus haut de gamme qui sont en croissance.

## Des perspectives économiques toujours maussades

Depuis deux ans, les résultats du Champagne en France ont été très nettement corrélés à la situation économique. Les perspectives pour 2014, quoique supérieures à 2013, restent faibles, malgré des perspectives mondiales qui s'annoncent meilleures que prévues.

Le contexte économique pèse sur le niveau de confiance des investisseurs et des consommateurs, qui reste fragile, et les résultats de la Champagne seront une nouvelle fois impactés. Cette situation va inciter les expéditeurs champenois à développer les marchés extérieurs pour compenser la faiblesse du marché français.

## LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	65,6	Consommation de vin	46,4 L/hab/an
PIB (rang mondial)	2 737 Md USD (5 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	4,2 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	0,2%	<b>Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne</b>	
Croissance du PIB 2014	1,0%	Maisons	358 (+13)
Inflation 2013	1,0%	Vignerons	4 625 (-18)
Taux de chômage 2013	10,3%	Coopératives	43 (-)

Sources : Eurostat, FMI, OIV, IWSR, CIVC.



# La France métropolitaine

## Les ventes dans la grande distribution

La part de la grande distribution dans les expéditions françaises s'établit en 2013 à 30,7%, contre 31,2% en 2012. Ce repli de 0,5 point s'explique par une baisse plus rapide des ventes en grande distribution (-3,7%) que dans les autres circuits de distribution en France (-1,8%).

### La consommation en France

En 2013, les ventes de produits de grande consommation dans la distribution française (grandes et moyennes surfaces et magasins discount) sont en baisse de 0,5% en volume et en progression de 1,4% en valeur. Dans un contexte de faible inflation, les consommateurs ont significativement réduit leurs achats, mais ont préféré consommer mieux.

### Le Champagne dans la grande distribution

Après des niveaux de ventes exceptionnels en grande distribution en 2009 et 2010 (respectivement 54,2 et 55,3 millions de bouteilles), les volumes vendus en 2013 se résorbent et s'élèvent à 51,4 millions de bouteilles. Cette baisse est due au recul des ventes en grandes et moyennes surfaces (-4,2% à 45,7 millions de bouteilles) tandis que les ventes en magasins discount restent stables (+0,1%). Le chiffre d'affaires est en repli de 2,3% par rapport à 2012.

### Les ventes dans les grandes et moyennes surfaces

Le Champagne en grandes et moyennes surfaces assure plus du quart des volumes (27%) et près des deux tiers du chiffre d'affaires (65%) d'un marché des vins effervescents de 169,3 millions de bouteilles et de 1,3 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Dans un contexte général de baisse de la consommation, le marché des vins effervescents n'est pas épargné et recule de 2,0% en volume et de 0,4% en valeur.

Parmi les vins effervescents vendus en grandes et moyennes surfaces, l'ensemble des autres vins français d'appellation tels que les Crémants ou Clairettes, qui constituent près de 25,5% des ventes, sont en progression de 2,1% à 43,2 millions de bouteilles. L'essentiel de la croissance de ces vins est tiré par le Crémant d'Alsace, qui progresse de 3,8% à 13 millions de bouteilles et qui assure 7,7% des volumes totaux, et par les vins de Loire (Crémant, Vouvray, Saumur), qui représentent, ensemble, 7,6% des ventes en 2013.

Les vins effervescents étrangers, tels que les Cava, Prosecco ou Asti Spumante, encore faiblement implantés sur le marché français avec 4,9% des volumes, se stabilisent à 8,2 millions de bouteilles (-0,3%). Leur chiffre d'affaires est en progression de 8,8% à 37,3 millions d'euros et représente 2,8% de la valeur totale. Les vins effervescents sans indication géographique (de type cuves closes, pétillants ou aromatisés...) totalisent 42,6% des volumes pour seulement 14,5% du chiffre d'affaires. Ils sont en recul en volume mais progressent en valeur grâce au lancement de nombreuses innovations parmi les vins mousseux aromatisés.

### Des achats de Champagne mieux valorisés

Sur l'ensemble de l'année, les ventes de Champagne en grandes et moyennes surfaces s'élèvent à 45,7 millions de bouteilles (-4,2%) pour un chiffre d'affaires de 873 millions d'euros. Ces résultats sont le fruit d'une attitude très prudente des consommateurs tout au long de l'année. Ils n'ont toutefois pas délaissé le Champagne pour les fêtes de fin d'année puisque le dernier trimestre est stable par rapport à 2012 (-0,4%) : ils ont à la fois baissé et retardé leurs achats.

S'ils ont acheté moins, leurs achats sont mieux valorisés, comme l'indique la hausse du prix moyen de 1,6%. Les consommateurs ont en effet privilégié l'achat de Champagne à plus de 20 euros (+6%). Ces cuvées représentent ainsi 36,4% des volumes en 2013 contre 32,9% en 2012. A l'inverse, les Champagne vendus entre 15 et 20 euros diminuent de 13,2% et constituent 35,6% du marché contre 39,2% en 2012. Les vins à moins de 15 euros reculent de 3,5% à 28,1% des volumes.

### Les marques de distributeurs en difficulté

Les ventes des maisons s'élèvent à 32,7 millions de bouteilles et sont en baisse de 5,9%. Ce recul est davantage observé sur les catégories de vins de 15 à 20 euros (-10,3%) et inférieures à 15 euros (-18,9%), tandis que les volumes des vins supérieurs à 20 euros sont en progression de 5% à 15,3 millions de bouteilles et représentent 46,7% des volumes vendus par les maisons (+4,9 points). Le prix moyen augmente de 2,6% à 20,16 euros et le chiffre d'affaires, de 659,3 millions d'euros, recule moins rapidement (-3,5%). Malgré ce retrait, les maisons dominent toujours le marché et assurent 71,6% des volumes et 75,5% du chiffre d'affaires.

Les marques de distributeurs, qui représentent 17% du marché, sont en repli de 3,1% à 7,8 millions de bouteilles. Elles proposent près de 75% de leurs volumes à des prix inférieurs à 15 euros et ont particulièrement baissé dans la tranche de prix de 15 à 20 euros (-42,1%). En 2013, le chiffre d'affaires des marques de distributeurs est en forte baisse (-5,5%), cumulant baisse des volumes et baisse des prix de vente.

Après une année difficile en 2012 (-10,4%), les coopératives sont les seules à progresser en 2013 (+8,6% à 4 millions de bouteilles). Leur croissance est essentiellement réalisée



grâce aux Champagne vendus à plus de 20 euros (+41,7%). Toutefois, la part des vins de 15 à 20 euros reste élevée et constitue 72,1% de l'offre des coopératives. Leur chiffre d'affaires augmente (+9,9%) et s'élève à 80 millions d'euros grâce à un prix moyen en hausse de 1,2%. Enfin, les vigneron, pour qui la grande distribution n'est pas un circuit approprié en raison des conditions particulières de la grande distribution, poursuivent leur repli (-0,7% à 1,1 million de bouteilles).

### Stabilité des brut et progrès des millésimés

Avec une part de marché de 76,1%, les vins brut non millésimés sont toujours majoritaires, bien qu'en baisse au profit des autres catégories. L'offre de ces vins est davantage valorisée grâce à une progression des ventes de vins supérieurs à 20 euros (+6,1%) et leur prix moyen augmente de +2,1% en 2013. Les vins brut millésimés sont les seuls à progresser sensiblement (+15,2%) et atteignent 7,5% de part de marché en 2013 contre 6,2% en 2012. Le chiffre d'affaires progresse de 11,3% à 75,4 millions d'euros. Les vins rosés stagnent (+0,1%) à 3 millions de bouteilles alors que les vins demi-sec poursuivent leur baisse régulière (-5,3%).

### Stagnation des magasins discount

En 2013, les ventes de Champagne en magasins discount se sont stabilisées à 5,7 millions de bouteilles et le chiffre d'affaires a augmenté de 2,5% à 71,6 millions d'euros. Les vins supérieurs à 15 euros sont peu présents dans ce circuit à bas prix. Cependant, avec 17,3% des volumes en 2013, ils progressent de manière significative (+12%).

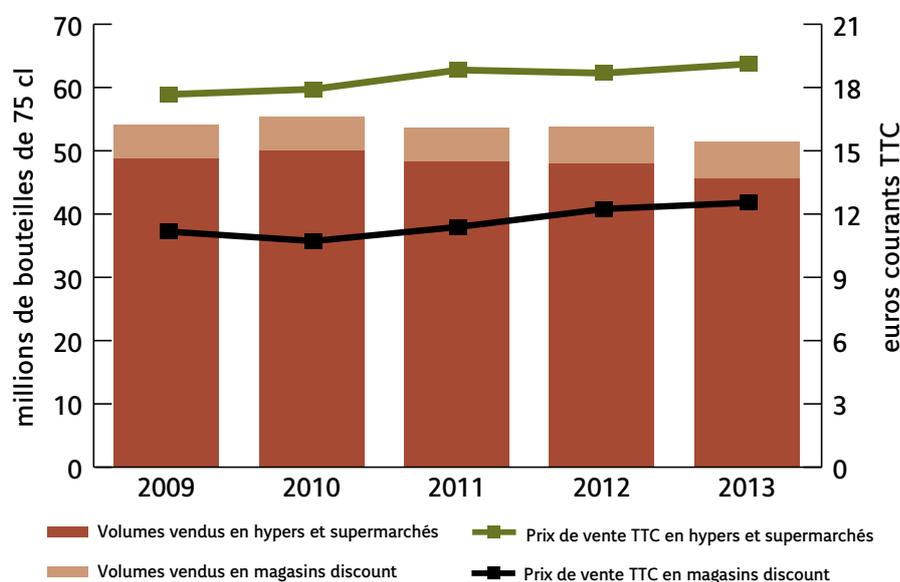
Ce circuit est dominé par les marques de distributeurs qui représentent 69% des volumes en 2013. Les marques de maisons assurent 25,8% des volumes pour 35,3% de la valeur, tandis que les

coopératives (-24,5%) et les vigneron (-48,3%) sont très faiblement présents et en forte baisse. Les vins brut non millésimés constituent 92,2% des ventes (-0,2%). Le reste de l'offre se

compose de vins rosés (3% des ventes) et de vins demi-sec (4,2% des volumes), deux catégories qui progressent (respectivement de 9,3% et 14%) mais qui demeurent faibles.

## Les ventes de vins de Champagne dans la grande distribution en France

	Volumes (en millions de bouteilles de 75 cl)		Prix de vente au consommateur (en euros TTC par bouteille de 75 cl)	
	Hypermarchés et supermarchés	Magasins discount	Hypermarchés et supermarchés	Magasins discount
2009	48,73	5,46	17,67	11,17
2010	50,09	5,22	17,91	10,72
2011	48,20	5,42	18,86	11,39
2012	47,65	5,70	18,82	12,24
2013	45,65	5,71	19,12	12,54



(Sources : CIVC d'après les données Nielsen et IRI)

### L'univers de la grande distribution en France

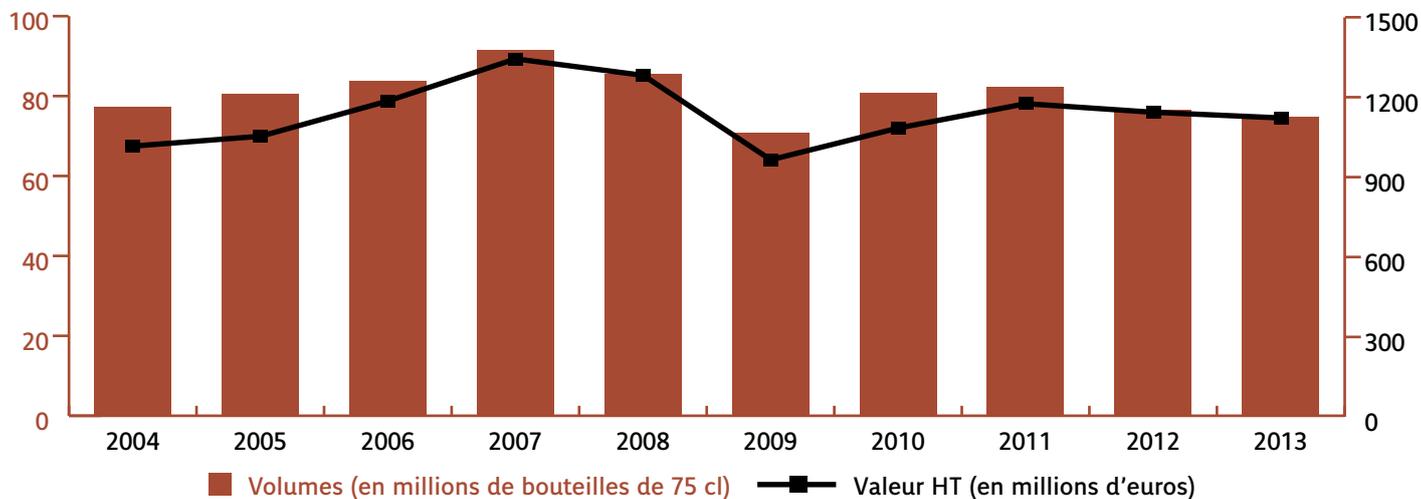
Le panel IRI-France suit les ventes dans la grande et moyenne distribution, constituée d'enseignes telles que Carrefour, Leclerc et Auchan. Le panel fourni par Nielsen France permet quant à lui d'évaluer les ventes de Champagne en magasins discount tels que Aldi, Lidl et Leader price.

# Le Champagne dans l'Union européenne

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

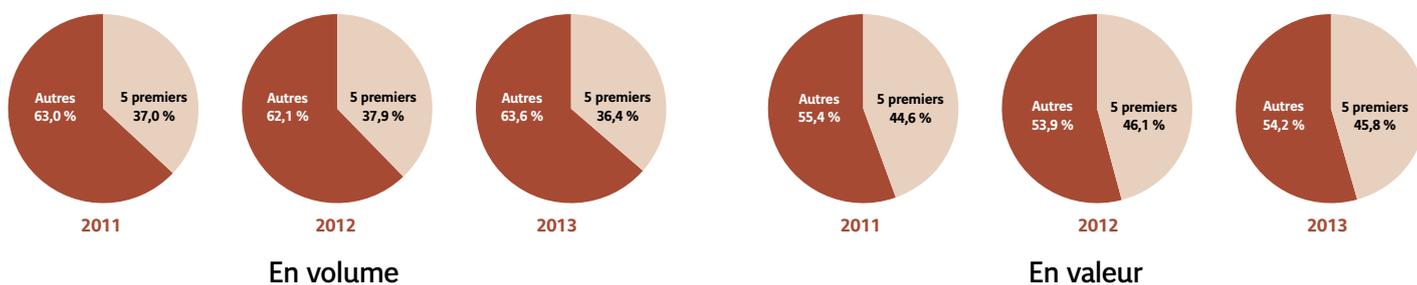
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	74 719 025	63 060 742	84,4%	3 936 577	5,3%	7 721 706	10,3%
2012	76 411 646	64 206 946	84,0%	3 799 277	5,0%	8 405 423	11,0%
2011	82 295 173	69 239 540	84,1%	4 048 592	4,9%	9 007 041	10,9%
2010	80 613 613	67 789 037	84,1%	4 083 927	5,1%	8 740 649	10,8%
2009	70 804 464	59 725 646	84,4%	3 778 690	5,3%	7 300 128	10,3%
2008	85 497 310	71 625 063	83,8%	4 253 538	5,0%	9 618 709	11,3%
2007	91 408 431	77 291 632	84,6%	4 270 657	4,7%	9 846 142	10,8%
2006	83 843 236	70 405 967	84,0%	4 079 115	4,9%	9 358 154	11,2%
2005	80 568 155	68 693 891	85,3%	3 790 579	4,7%	8 083 685	10,0%
2004	77 221 960	65 691 045	85,1%	3 591 770	4,7%	7 939 145	10,3%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





# L'Union européenne

Pour la deuxième année consécutive, les expéditions à destination des pays de l'Union européenne sont en recul. Dans un contexte économique européen fragilisé, elles diminuent à un rythme similaire à celui de la France. Elles s'établissent à 74,7 millions de bouteilles (-2,2%), niveau inférieur à la moyenne décennale (79,7 millions de bouteilles). Son chiffre d'affaires, de 1,1 milliard d'euros, baisse de 1,9%. En 2013, l'Union européenne assure 24,5% des débouchés de la Champagne en volume et 25,7% en valeur.

L'entrée de la Croatie (60.000 bouteilles) dans l'Union européenne en juillet 2013 impacte peu les résultats et, à périmètre constant, le recul de l'Union européenne s'établit à -2,3%.

## Les vignerons poursuivent leur croissance

Les expéditions sont en repli du fait des maisons et des coopératives, qui atteignent le plus bas niveau de la décennie. Les maisons sont en retrait de 1,8% en volume et en valeur. En 2013, elles ont expédié 63,1 millions de bouteilles pour 975 millions d'euros. Malgré ce repli, elles gagnent 0,4 point de part de marché à 84,4% en volume et leur part en valeur reste stable à 86,9%. Au sein des expéditions des maisons, la part de l'Union européenne, (comme de la France), diminue au profit des pays tiers et représente 29,9% des volumes et 30,2% du chiffre d'affaires.

Les coopératives, dont les expéditions reculent de 8,1%, retrouvent leur part de marché de 2004 (10,3% contre 11% en 2012) avec 7,7 millions de bouteilles et 94,9 millions d'euros (-6%). Elles subissent une baisse importante pour la deuxième année consécutive. Les marchés les plus difficiles pour les coopératives sont le Royaume-Uni (-9,3%) et l'Italie (-42,3%). En 2013, l'Union européenne ne représente plus que 27,3% des expéditions des coopératives (-3,1 points).

Les vignerons poursuivent leur progression vers l'Union européenne, qui représente, en 2013, 6% de leurs expéditions. Avec 3,9 millions de bouteilles, en hausse de 3,6%, ils sont les seuls à croître sur ce marché. Leur chiffre d'affaires augmente de 5,9% et s'établit à 52,3 millions d'euros. En 2013, les expéditions des vignerons sont en croissance au Royaume-Uni, en Belgique, en Italie, en Espagne et aux Pays-Bas.

## Cuvées de prestige et rosés résistent en valeur

Seuls les brut (millésimés et non millésimés) sont en baisse, puisque les non millésimés perdent 2,8% des volumes et les millésimés 4,9%. La part des brut non millésimés poursuit son érosion au profit des autres cuvées et représente désormais 85,5% des expéditions contre 88,2% en 2004. Les brut millésimés sont très peu présents et constituent 1,6% du marché, une part stable pour la troisième année consécutive. En valeur, ils assurent 1,9% du chiffre d'affaires contre 2,2% en 2012.

Les autres cuvées progressent et représentent 14,5% des volumes et 23,6% de la valeur. Les rosés (+0,3%) gagnent 0,1 point de part de marché à 8% des volumes et 10,3% du chiffre d'affaires. Les cuvées de prestige augmentent de 14,3% et représentent 2,8% des volumes et 9,2% de la valeur. Ces cuvées sont en croissance dans tous les principaux pays de l'Union européenne, exception faite de l'Italie. Les demi-sec (+4%), avec une tendance à la baisse au cours des dix dernières

années, reprennent 0,1 point de part de marché à 1,7% en volume et 1,8% en valeur.

## Les principaux marchés sont en recul

Parmi les dix premiers pays de l'Union européenne, cinq sont en recul : le Royaume-Uni (-5,1%), l'Allemagne (-1,6%), l'Italie (-14,2%), l'Espagne (-1,9%) et les Pays-Bas (-12,7%). Ensemble, ils sont en baisse de 5,5%. Cinq marchés sont en hausse : la Belgique (+14,2%), la Suède (+7,6%), l'Autriche (+0,9%), le Danemark (+12,6%) et la Finlande (+1,2%) et augmentent, ensemble, de 10,9%. Les principaux marchés historiques du Champagne sont en recul, tandis que les marchés plus récents tels que les pays nordiques ou l'Autriche continuent de croître avec dynamisme. Parmi les autres pays, seuls le Luxembourg, l'Irlande, la République Tchèque, la Roumanie et Chypre sont en baisse. Les douze pays restants sont en croissance, comme le Portugal (+5,7%), la Pologne (+20,4%), ou encore les pays baltes (ensemble +28,1%).

## Une situation économique toujours fragile

La conjoncture économique européenne reste fragile et des disparités fortes subsistent entre les pays de l'Union. Pourtant, dans ce contexte, les principaux replis concernent les vins d'entrée de gamme alors que les cuvées plus spécifiques continuent de susciter l'intérêt des consommateurs européens.

### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)		Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne	
Population (M d'habitants)	505,7	Maisons	261 (+6)
PIB	17 372 Md USD	Vignerons	1 109 (+27)
Croissance du PIB 2013	0,1%	Coopératives	32 (-)
Croissance du PIB 2014	1,6%		

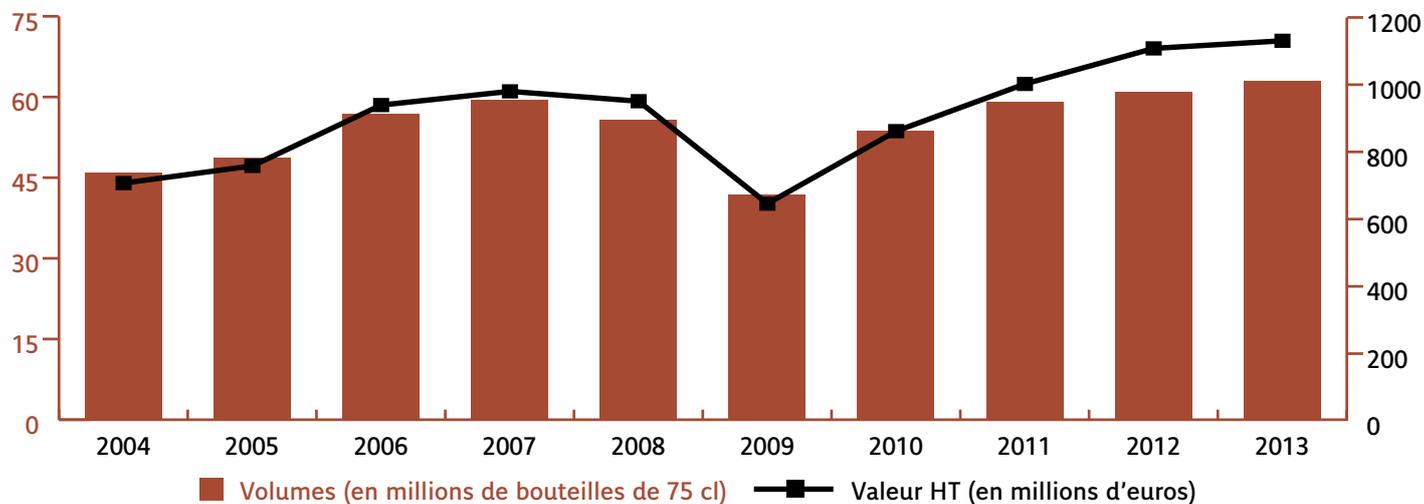
Sources : Eurostat, FMI, CIVC.

# Le Champagne dans les pays tiers

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

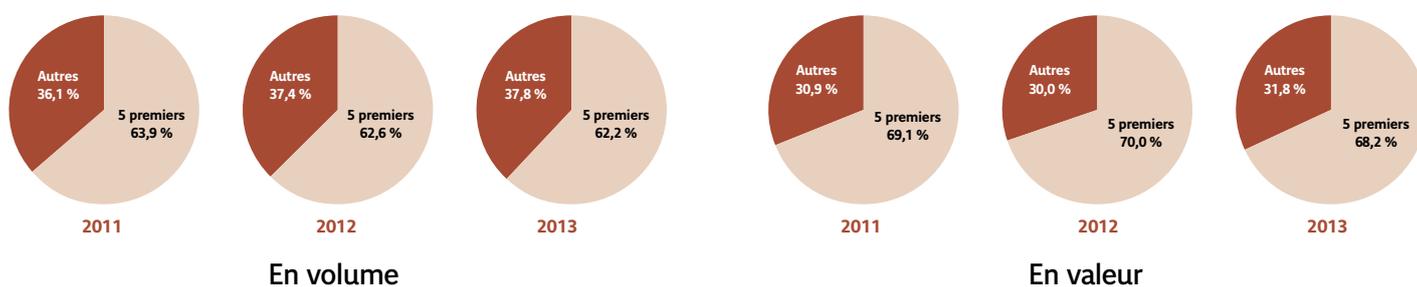
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	62 921 085	56 081 687	89,1%	2 512 644	4,0%	4 326 754	6,9%
2012	60 937 786	54 654 069	89,7%	2 403 256	3,9%	3 880 461	6,4%
2011	59 033 476	53 138 036	90,0%	2 229 671	3,8%	3 665 769	6,2%
2010	53 751 267	48 269 839	89,8%	2 015 126	3,7%	3 466 302	6,4%
2009	41 756 021	37 206 263	89,1%	1 639 828	3,9%	2 909 930	7,0%
2008	55 752 334	50 271 671	90,2%	1 908 601	3,4%	3 572 062	6,4%
2007	59 437 536	53 146 737	89,4%	1 908 495	3,2%	4 382 304	7,4%
2006	56 816 960	51 636 748	90,9%	1 646 589	2,9%	3 533 623	6,2%
2005	48 736 724	44 341 894	91,0%	1 536 564	3,2%	2 858 266	5,9%
2004	45 834 520	42 021 592	91,7%	1 252 293	2,7%	2 560 635	5,6%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





## Les pays tiers

Les expéditions à destination des pays tiers sont une nouvelle fois en croissance en 2013. Avec 62,9 millions de bouteilles, soit 3,3% de plus qu'en 2012, l'évolution de 2013 est proche de la croissance annuelle moyenne des dix dernières années (+3,6%). C'est un nouveau record historique et la part des pays tiers au sein des expéditions de la Champagne s'établit à 20,6%, en hausse (+0,9 point), au détriment de la France (-0,6 point) et de l'Union européenne (-0,3 point).

Le chiffre d'affaires augmente de 2% à 1,1 milliard d'euros hors taxes, au départ de la Champagne, impacté par l'euro fort, moins favorable aux exportateurs.

### L'ensemble des expéditeurs progressent

Les maisons ont expédié 56,1 millions de bouteilles, ce qui constitue un nouveau record, et sont en hausse de 2,6%. Le reste du monde continue de progresser et assure désormais 26,6% des débouchés des maisons (+1 point). Elles restent le principal contributeur à la croissance du grand export. Leur chiffre d'affaires, de 1,04 milliard d'euros, augmente de 1,3%. En 2013, il a été pénalisé par un effet de change défavorable vers de nombreux pays.

Les coopératives, en croissance de 11,5%, à 4,3 millions de bouteilles, ne retrouvent pas le niveau historique de 2007 (4,4 millions de bouteilles), mais s'en rapprochent. Leur chiffre d'affaires augmente de 14,2% à 55,3 millions d'euros. Les pays tiers représentent 15,3% (+1,3 point) des expéditions totales des coopératives et 15,5% de leur chiffre d'affaires.

En gagnant 0,1 point de part de marché chaque année depuis 3 ans, les vignerons représentent 4% des expéditions hors de la zone intra-communautaire. Avec 2,5 millions de

bouteilles (+4,6%), c'est un nouveau record pour les vignerons. Leur chiffre d'affaires, de 36,9 millions d'euros progresse de 7,1%, à 3,3% de part de marché. Cette progression concerne des quantités modestes et les pays tiers ne représentent que 3,8% des expéditions des vignerons et 4,7% de leur chiffre d'affaires.

### Japon et Australie poursuivent leur forte croissance

Les dix premiers marchés tiers représentent 76,7% des volumes. En 2013, les États-Unis (+0,9%) restent le premier marché hors de la zone européenne, mais le Japon et l'Australie, respectivement deuxième et troisième marchés sont une nouvelle fois les moteurs de la croissance du reste du monde. Ils connaissent leur quatrième année consécutive de hausse, (+6,7% pour le Japon à 9,7 millions de bouteilles et +11,4% pour l'Australie à 6 millions de bouteilles), soit un gain, ensemble, de 1,2 million de bouteilles.

La Chine, qui a connu une croissance rapide en 2012, marque une pause et occupe la quinzième position, laissant sa place aux Émirats Arabes Unis, en forte progression (+12,1%), à 1,7 million de bouteilles. Ces derniers sont ex-aequo avec le Canada, qui reste stable à 1,7 million de bouteilles (-0,8%).

Hong-Kong et la Russie confirment la progression qu'ils enregistrent depuis plusieurs années et atteignent chacun plus de 1,5 million de bouteilles, avec une croissance respective de 4,1% et 4%. Le Mexique dépasse pour la première fois un million de bouteilles expédiées (à 1,1 million), devant le Brésil (-0,5%) qui reste à un palier de 1 million de bouteilles pour la troisième année consécutive.

La Suisse, certainement touchée par la situation économique de ses voi-

sins européens, régresse pour la deuxième année consécutive (-4,1% à 5,1 millions de bouteilles) et Singapour, impacté par la tendance de la Chine recule de 6,5%. Le Nigéria, après deux années de très forte progression, recule de 14,4% et se stabilise à 750.000 bouteilles.

### De plus en plus de marchés significatifs

Dans un contexte économique toujours fragile en 2013, les pays tiers sont les seuls marchés du Champagne en croissance. Ainsi, marchés développés et émergents prennent de l'importance et disposent d'un potentiel de développement. Quatre marchés, tels que les Émirats Arabes Unis, le Canada, Hong-Kong et la Chine atteignent un niveau solide d'expéditions, entre 1,6 et 1,7 million de bouteilles.

Il faut également noter un nombre toujours plus important de marchés encore modestes, mais qui progressent. La Corée du Sud, avec 560.000 bouteilles ou encore l'Inde, la Malaisie et Taïwan, qui dépassent chacun 300.000 bouteilles, prouvent l'intérêt croissant suscité par le Champagne dans de nombreux pays. Plus globalement, 11 marchés lointains dépassent désormais le seuil du million de bouteilles expédiées et 28 pays, (hors Union européenne et France), importent plus de 200.000 bouteilles de Champagne chaque année.

#### LES CHIFFRES CLÉS

Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne	
Maisons	224 (-)
Vignerons	739 (+60)
Coopératives	27 (-3)

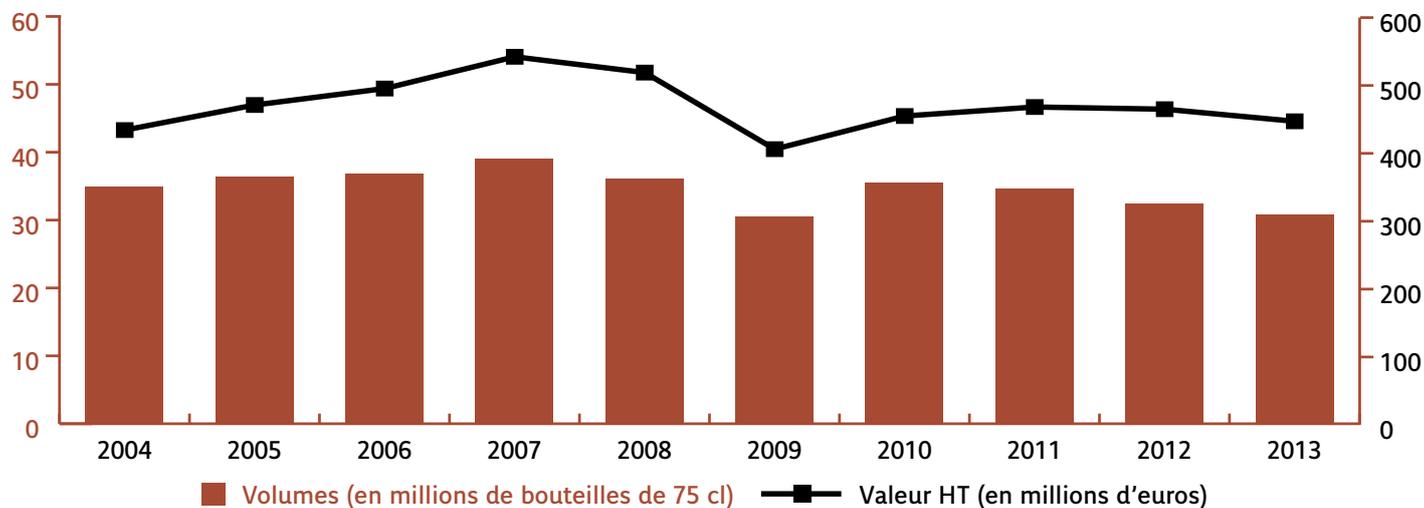
Source : CIVC.

# Le Champagne au Royaume-Uni

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

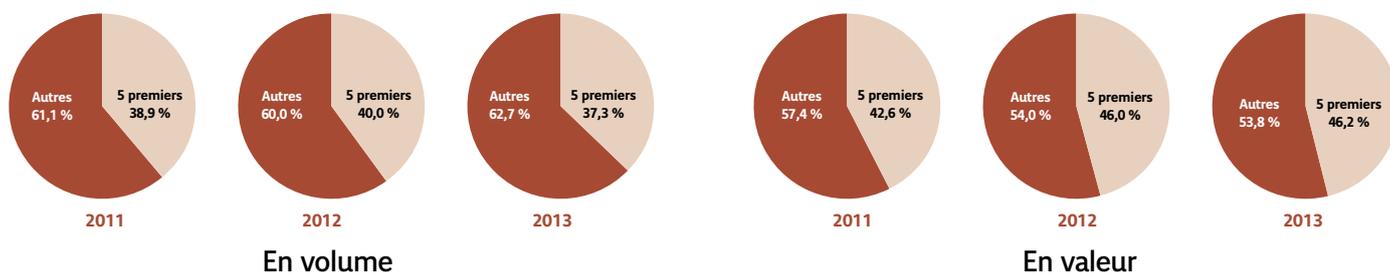
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	30 786 727	25 556 398	83,0%	576 925	1,9%	4 653 404	15,1%
2012	32 450 435	26 525 603	81,7%	508 248	1,6%	5 416 584	16,7%
2011	34 533 887	28 092 328	81,3%	533 565	1,5%	5 907 994	17,1%
2010	35 494 489	29 704 221	83,7%	491 023	1,4%	5 299 245	14,9%
2009	30 517 461	26 212 367	85,9%	478 583	1,6%	3 826 511	12,5%
2008	35 997 252	29 321 671	81,5%	647 665	1,8%	6 027 916	16,7%
2007	39 052 278	31 573 141	80,8%	800 078	2,0%	6 677 463	17,1%
2006	36 801 216	29 787 361	80,9%	672 474	1,8%	6 341 381	17,2%
2005	36 379 105	29 377 209	80,8%	1 202 020	3,3%	5 799 876	15,9%
2004	34 936 891	28 619 531	81,9%	1 126 840	3,2%	5 190 517	14,9%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





## Le Royaume-Uni

Les expéditions de Champagne au Royaume-Uni s'élevaient à 30,8 millions de bouteilles en 2013. C'est 5,1% de moins qu'en 2012 mais le pays demeure le premier marché export du Champagne.

Sur un marché britannique dont les volumes sont en recul, le chiffre d'affaires hors taxes, au départ de la Champagne, semble avoir mieux réagi. Grâce à un prix moyen en hausse de 1,4%, il s'établit à 447,2 millions d'euros, soit 3,8% de moins qu'en 2012.

### Seuls les vigneron progressent

Les maisons, avec 25,6 millions de bouteilles, détiennent 83% des volumes contre 81,7% en 2012. Avec un prix moyen en hausse de 0,4%, leur chiffre d'affaires diminue de 3,2% à 383 millions d'euros, soit 85,6% de la valeur totale du marché.

Les coopératives, qui détiennent 15,1% des volumes, sont en baisse de 14,1% à 4,7 millions de bouteilles, soit 1,6 point de moins qu'en 2012 au profit des maisons en diminution moins rapide et des vigneron en progression. Leur prix moyen, en hausse de 5,6%, limite le recul du chiffre d'affaires à 9,3%. Il s'établit à 57,2 millions d'euros, soit 12,8% de la valeur contre 13,6% en 2012.

Seule catégorie à progresser, les vigneron sont en croissance de 13,5% à 577.000 bouteilles. Leur part de marché, encore très faible, augmente de 0,3 point à 1,9% des volumes pour 1,6% de la valeur. La croissance du chiffre d'affaires de 14,6%, à 7 millions d'euros, est soutenue par une hausse du prix moyen de 1%. Ils assurent 1,6% du chiffre d'affaires à destination du Royaume-Uni.

### Les rosés et cuvées de prestige valorisent l'offre

A l'instar de la tendance générale du marché, les vins brut non millésimés

reculent de 5,7% à 26,6 millions de bouteilles et leur part de marché diminue de 0,5 point à 86,2%. Le chiffre d'affaires est en repli de 5,8%, à 344 millions d'euros et la catégorie détient 76,9% de la valeur générée en 2013 contre 78,5% en 2012.

Les rosés et les cuvées de prestige, dont les chiffres d'affaires sont en croissance, ont capté les parts de marché en valeur des vins brut non millésimés et ont limité le recul du chiffre d'affaires total.

Les rosés, qui représentent 8,7% des volumes sont stables par rapport à 2012. Avec un prix moyen en hausse de 12%, ils ont généré un chiffre d'affaires de 52,5 millions d'euros (+6,8%), soit 11,7% de la valeur contre 10,6% en 2012.

Les cuvées de prestige assurent 2,4% des quantités expédiées et, grâce à l'augmentation de 17,2% des volumes, leur part de marché est en hausse par rapport à 2012. Leur chiffre d'affaires progresse de 6% à 37,5 millions d'euros. En 2013, les cuvées de prestige représentent 8,4% des parts de marché en valeur contre 7,6% en 2012.

Les vins brut millésimés ont le plus souffert en 2013. Ils sont en recul de 18,1% en volume à 530.000 bouteilles (1,7% des volumes). Avec un prix

moyen en baisse de 7,1%, leur chiffre d'affaires diminue de 23,9% à 9,3 millions d'euros et représente 2,1% de la valeur totale.

### Retour de la croissance économique

Après une année 2012 difficile, la croissance de l'économie britannique a fortement accéléré en 2013 et affiche sa meilleure performance depuis 2007. Le plan d'austérité mis en place pour réduire le déficit budgétaire a permis la relance de l'économie. En 2013, le P.I.B. a progressé de 1,7%, le secteur de l'immobilier et la consommation des ménages sont en hausse. Cependant, la situation demeure contrastée entre Londres, toujours plus dynamique, et le reste du pays.

Le marché des vins effervescents (y compris Champagne) poursuit sa croissance et les ventes en grande distribution progressent de 5,5% en moyenne par an depuis 2008. En 2013, les ventes de Champagne en volume sont stables et progressent de 2% en valeur, ce qui reste une croissance moins rapide que l'ensemble du marché (+11,1%).

La consommation de bulles en plein essor au Royaume-Uni est une opportunité pour les Champenois de mettre en valeur la diversité des cuvées et des qualités des vins de Champagne.

### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	63,9	Consommation de vin	19,7 L/hab/an
PIB (rang mondial)	2 536 Md USD (6 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	1,3 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	1,7%	Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne	
Croissance du PIB 2014	2,9%	Maisons	143 (+6)
Inflation 2013	2,6%	Vignerons	187 (-2)
Taux de chômage 2013	7,5%	Coopératives	22 (+3)

Sources : Eurostat, FMI, OIV, IWSR, CIVC.

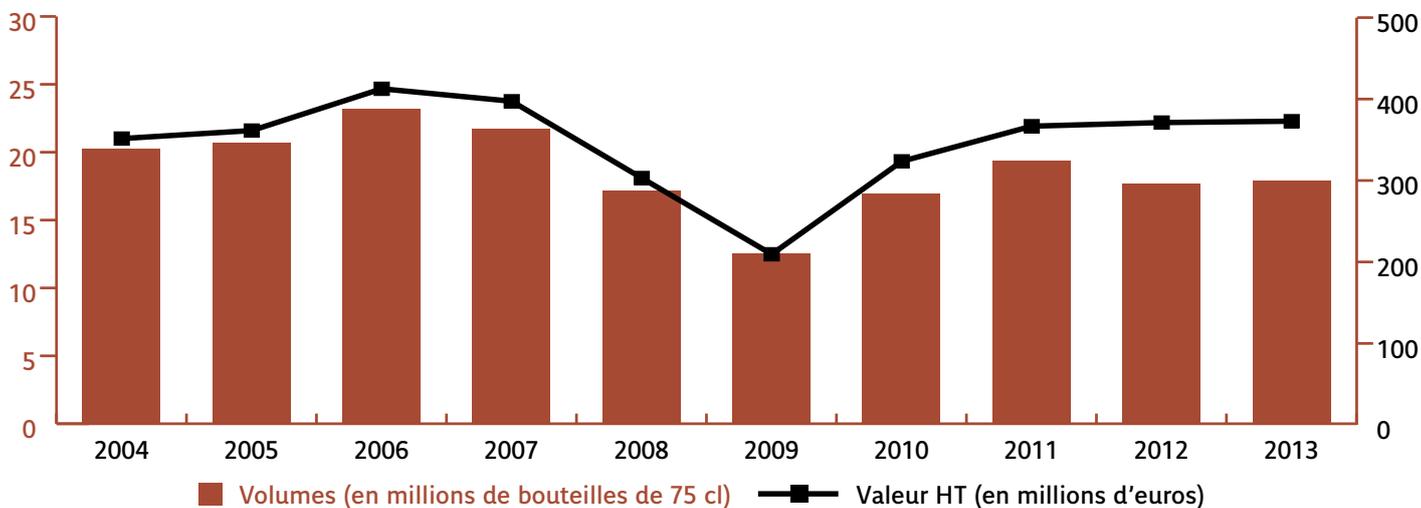
# Le Champagne aux États-Unis d'Amérique

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	17 853 267	15 488 764	86,8%	890 059	5,0%	1 334 588	7,5%
2012	17 689 054	15 625 275	88,3%	748 804	4,2%	1 167 144	6,6%
2011	19 369 573	17 534 759	90,5%	665 782	3,4%	1 040 974	5,4%
2010	16 934 773	15 553 381	91,8%	634 425	3,7%	674 474	4,0%
2009	12 552 074	11 415 500	90,9%	463 690	3,7%	646 107	5,1%
2008	17 187 409	15 944 353	92,8%	523 577	3,0%	699 426	4,1%
2007	21 722 221	20 127 018	92,7%	639 854	2,9%	923 728	4,3%
2006	23 159 340	21 659 617	93,5%	593 840	2,6%	878 703	3,8%
2005	20 685 035	19 320 833	93,4%	520 577	2,5%	807 382	3,9%
2004	20 247 821	19 022 195	93,9%	428 906	2,1%	746 035	3,7%

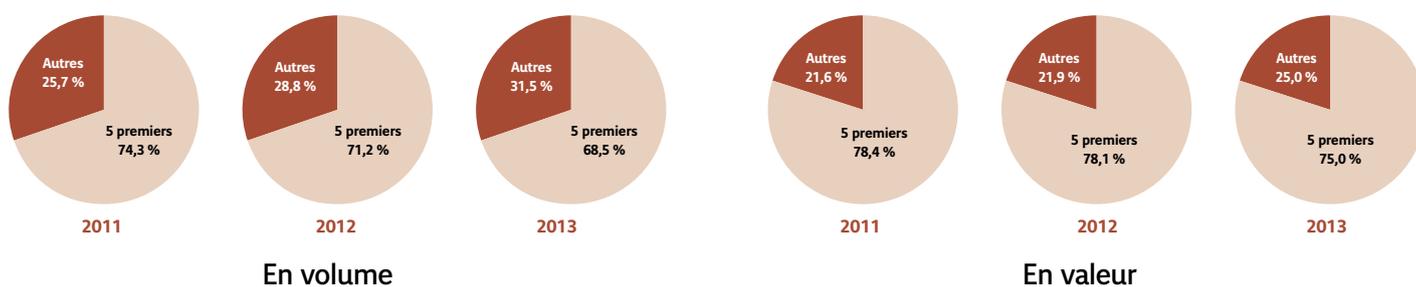
Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





# Les États-Unis d'Amérique

Deuxième marché export après le Royaume-Uni, les États-Unis d'Amérique sont en progression de 0,9% en 2013, à 17,9 millions de bouteilles. Le chiffre d'affaires hors taxes, au départ de la Champagne, est en légère hausse de 0,4%, à 372,8 millions d'euros.

## Repli des maisons

Malgré une baisse des volumes de 0,9% à 15,5 millions de bouteilles, les maisons sont, de loin, les premiers expéditeurs à destination des États-Unis. Leur part de marché perd cependant 1,5 point, au profit des coopératives et des vigneron et s'établit à 86,8% des volumes. Avec un prix moyen stable (-0,2%), le chiffre d'affaires des maisons recule de 1,1% à 334,8 millions d'euros et représente 89,8% de la valeur totale du marché.

Les coopératives avaient retrouvé leur niveau d'expéditions d'avant crise en 2011 et poursuivent leur croissance en progressant de 14,3% en 2013, à 1,3 million de bouteilles. Elles gagnent 0,9 point de part de marché en volume et assurent 7,5% des expéditions et 5,5% de la valeur, grâce à la hausse de 16,3% de leur chiffre d'affaires, à 20,5 millions d'euros.

Les vigneron continuent également à croître. Ils progressent de 18,9% à 890.000 bouteilles. Ils atteignent désormais 5% de part de marché en volume et leur chiffre d'affaires, en progression de 21,9%, s'établit à 13,4 millions d'euros, soit 3,6% de la valeur.

## La croissance des vins rosés

Les États-Unis font partie, avec le Japon, des pays où la part de marché des brut non millésimés est la moins importante. Elle reste majoritaire avec 71,2% des volumes mais continue de reculer au profit des vins rosés, demi-sec et millésimés, qui progressent. En 2013, les vins brut non millésimés sont en retrait de 1,1% à 12,7 millions de bouteilles et leur chiffre d'affaires recule de 1% à 214,8 millions d'euros. Ils détiennent 57,6% de la valeur.

En dehors de la France, les États-Unis sont le plus grand consommateur de Champagne rosés, qui constituent 16,2% de leurs expéditions. Leur croissance se poursuit et ils progressent de 7,2%, à 2,9 millions de bouteilles. Le prix moyen est en hausse de 4,1% et permet une augmentation du chiffre d'affaires de 11,7% à 63,3 millions d'euros. Les rosés génèrent 17% de la valeur.

Après trois années consécutives de progression, les cuvées de prestige, qui représentent 6,8% des volumes, sont en repli de 9,4%, à 1,2 million de bouteilles. Cependant, elles conservent une part prépondérante dans le chiffre d'affaires, avec 19,6% de la valeur totale, soit 73 millions d'euros.

De façon moindre, les demi-sec, qui constituaient plus de 6% des volumes en 2004, continuent leur perte de vitesse et ne représentent plus que 3% du marché. Ils sont néanmoins en forte progression en 2013, à 536.550 bouteilles, pour un chiffre d'affaires de 10,7 millions d'euros.

Enfin, les brut millésimés, peu présents aux États-Unis, poursuivent leur croissance régulière depuis 2010. En 2013, ils progressent de 9,6% et représentent 1,7% des volumes et 2% de la valeur.

## Un contexte économique mitigé

En 2013, la croissance a été freinée par l'austérité budgétaire. En 2014, la crois-

sance devrait atteindre 2,8% grâce à la consommation des ménages, qui se sont nettement désendettés en 2013, et à la reprise de l'investissement des entreprises. Seule ombre au tableau, le taux de chômage de longue durée, toujours élevé, et les aléas climatiques, qui freinent le retour vers une croissance solide.

Ce contexte mitigé n'empêche pas la croissance du marché du vin, tirée par la consommation des "millenials" (21 à 36 ans). Cette progression devrait se poursuivre, en particulier pour les vins à plus haute valeur ajoutée. Cette situation profite au marché des vins effervescents, qui progresse également.

Cependant, l'existence de vins mousseux américains usurpant le nom "Champagne" produit une grande confusion chez le consommateur : 35% des acheteurs de ces vins mousseux pensent qu'ils proviennent probablement de Champagne, en France. Pourtant, la plus grande majorité d'entre eux souhaite un étiquetage mentionnant l'origine réelle du produit.

Le Comité Champagne se mobilise afin d'obtenir la protection de l'appellation Champagne dans le cadre de la négociation d'un accord transatlantique de libre-échange entre l'Union européenne et les États-Unis d'Amérique.

## LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	317,3	Consommation de vin	9,2 L/hab/an
PIB (rang mondial)	16 800 Md USD (1 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	0,5 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	1,9%	Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne	
Croissance du PIB 2014	2,8%	Maisons	148 (-)
Inflation 2013	1,5%	Vignerons	231 (-2)
Taux de chômage 2013	7,4%	Coopératives	23 (+3)

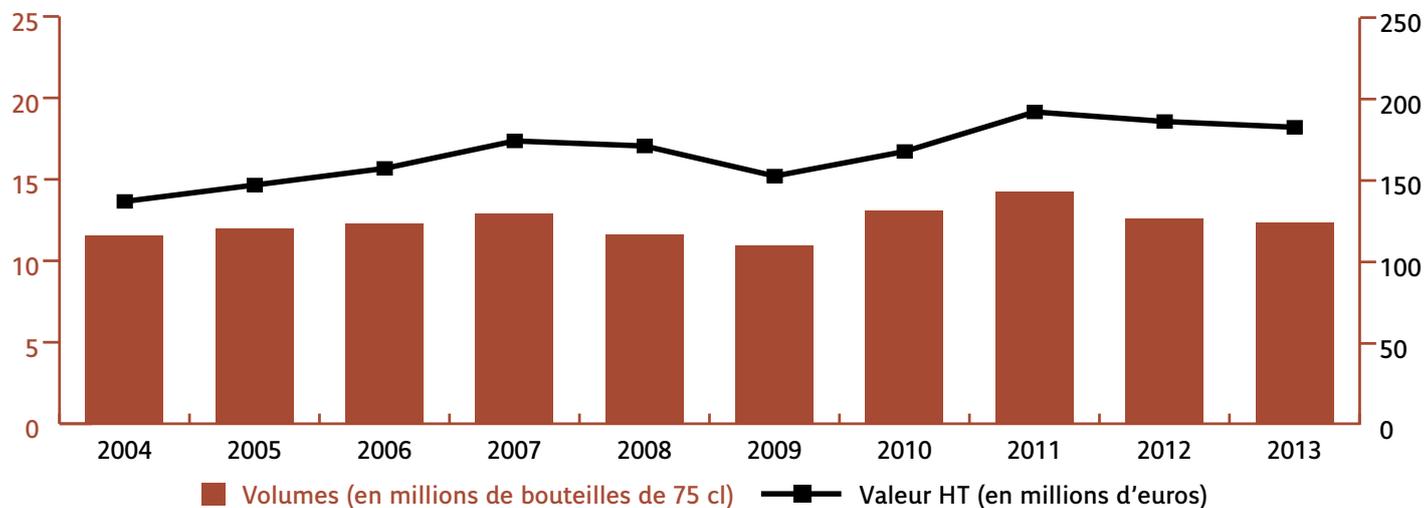
Sources : Eurostat, FMI, U.S. Census Bureau, OIV, IWSR, CIVC.

# Le Champagne en Allemagne

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

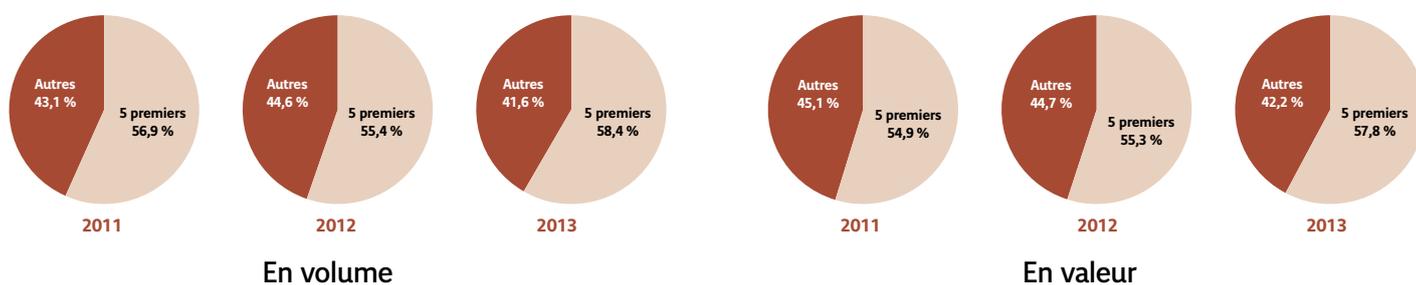
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	12 362 568	11 192 167	90,5%	355 447	2,9%	814 954	6,6%
2012	12 560 386	11 416 860	90,9%	361 819	2,9%	781 707	6,2%
2011	14 202 834	13 117 669	92,4%	350 747	2,5%	734 418	5,2%
2010	13 089 241	12 029 606	91,9%	343 616	2,6%	716 019	5,5%
2009	10 947 973	9 784 255	89,4%	337 187	3,1%	826 531	7,5%
2008	11 573 601	10 302 021	89,0%	380 918	3,3%	890 662	7,7%
2007	12 914 657	11 734 512	90,9%	380 597	2,9%	799 547	6,2%
2006	12 287 017	10 935 078	89,0%	388 760	3,2%	963 179	7,8%
2005	11 968 173	11 054 875	92,4%	354 020	3,0%	559 278	4,7%
2004	11 545 680	10 132 815	87,8%	409 908	3,6%	1 002 957	8,7%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





## L'Allemagne

Le marché allemand, troisième marché export pour le Champagne, est en recul de 1,6% à 12,4 millions de bouteilles en 2013. Le chiffre d'affaires, de 182,7 millions de bouteilles, diminue de 1,9% avec un prix moyen en léger retrait (-0,3%).

### Seules les coopératives progressent

Les maisons assurent 90,5% des expéditions en volume et 91,8% en valeur. En 2013, elles sont en baisse de 2%, à 11,2 millions de bouteilles. Avec un prix moyen en retrait de 0,2%, le chiffre d'affaires recule de 2,2%, à 167,6 millions d'euros.

Seules les coopératives poursuivent leur croissance amorcée en 2011 et progressent de 4,3%, à 815.000 bouteilles. Leur part de marché gagne 0,4 point et s'établit à 6,6% des volumes. Le chiffre d'affaires est en hausse de 1,5% à 10,1 millions d'euros et assure 5,5% de la valeur.

Les vigneron, qui expédient seulement 2,9% des volumes, sont en recul de 1,8% à 355.000 bouteilles. Le chiffre d'affaires progresse de 2,3% à 4,9 millions d'euros, soit 2,7% de part de marché.

### Engouement pour les vins rosés

Les vins brut non millésimés sont en baisse de 2,8% en volume, à 10,3 millions de bouteilles et représentent 83,5% du marché (-1,1 point par rapport à 2012). Leur chiffre d'affaires, de 137,1 millions d'euros, est en baisse de 2,6%.

L'engouement pour les rosés se poursuit. En 2013, ces cuvées sont en hausse de 11,5% à 1,3 million de bouteilles et leur part de marché continue à progresser : elle dépasse 10% des volumes (à 10,8%), et atteint 13,7% de la valeur. Malgré un prix moyen en repli de 5,6%, leur chiffre d'affaires augmente de 5,3% à 25 millions d'euros.

Les cuvées de prestige progressent de 1% à 280.000 bouteilles alors que le chiffre d'affaires diminue de 0,4% à 13,4 millions d'euros. Elles réalisent 2,2% des volumes et 7,3% de la valeur. Demi-sec (1,9%) et millésimés (1%) sont très peu présents sur le marché allemand et accusent de fortes baisses en 2013.

### Recul de la grande distribution

En 2013, 3,6 millions de bouteilles de Champagne sur un total de 12,4 millions expédiées en Allemagne ont été commercialisées par la grande distribution, portant la part de ce circuit à 28,9% des volumes expédiés. Au sein des vins effervescents vendus en grande distribution (322,9 millions de bouteilles), le Champagne maintient sa part de marché en volume à 1,1% et représente 5,6% du chiffre d'affaires, à 69,4 millions d'euros.

La structure des ventes de Champagne par type de distribution reste stable, avec 44,8% des volumes distribués par les grandes et moyennes surfaces en 2013, contre 55,2% par les magasins discount. Les ventes de Champagne en grandes et moyennes surfaces s'élèvent à 1,6 million de bouteilles soit un recul de 7,6% par rapport à 2012, tandis que le chiffre d'affaires est en hausse de 1,5%, à 42,5 millions d'euros. Avec un prix moyen en hausse à 26,56 euros, on assiste à une baisse des volumes de vins d'entrée

de gamme. Le circuit hard discount est en recul de 6,6% avec des ventes qui s'élèvent à 2 millions de bouteilles en 2013, pour un chiffre d'affaires de 27 millions d'euros (-4,8%).

### Une économie solide

La croissance de l'économie allemande se poursuit, malgré un ralentissement en 2013. En effet, avec un résultat inférieur aux années précédentes (0,7% en 2012, 3,3% en 2011), le produit intérieur brut progresse de 0,4% en 2013. La croissance allemande a surtout été portée par la consommation des ménages, en hausse de 0,9%, même s'ils ont freiné leurs achats. Ce contexte économique moins favorable a impacté les expéditions de Champagne qui sont en retrait. Cependant, les piliers de l'économie allemande restent solides et la tendance pour 2014 (+1,7%) s'annonce meilleure qu'en 2013.

Dans ce grand pays consommateur de vins effervescents, le Champagne est majoritairement distribué au travers de réseaux qualitatifs (cavistes, hôtels, restaurants, ...) et jouit d'une notoriété forte et d'une image très statutaire. Toutefois, la majorité des Allemands consomment du Champagne uniquement dans le cadre de festivités et l'Allemagne compte encore peu de consommateurs réguliers. Ce qui laisse croire au potentiel de développement de ce marché.

### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	80,5	Consommation de vin	24,9 L/hab/an
PIB (rang mondial)	3 636 Md USD (4 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	5,1 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	0,4%	Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne	
Croissance du PIB 2014	1,7%	Maisons	140 (+4)
Inflation 2013	1,6%	Vignerons	299 (+30)
Taux de chômage 2013	5,3%	Coopératives	23 (+2)

Sources : Eurostat, FMI, OIV, IWSR, CIVC.

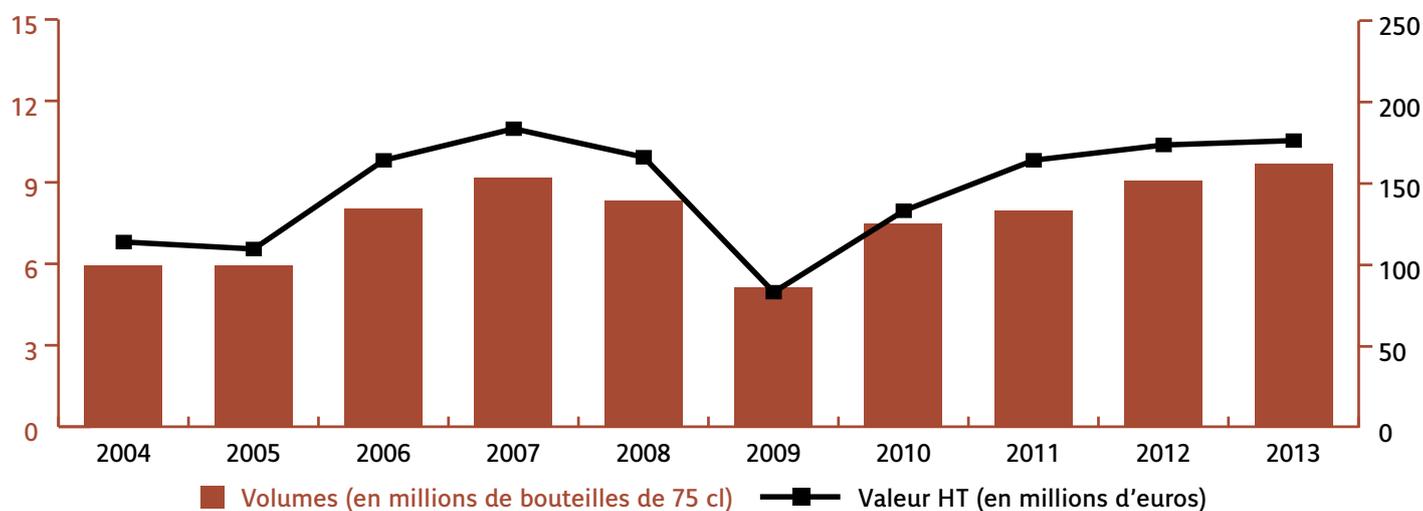
# Le Champagne au Japon

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	9 674 446	8 530 549	88,2%	619 989	6,4%	371 278	3,8%
2012	9 062 924	7 744 142	85,4%	700 261	7,7%	424 216	4,7%
2011	7 963 891	6 975 394	87,6%	563 079	7,1%	226 398	2,8%
2010	7 464 956	6 619 264	88,7%	521 852	7,0%	229 762	3,1%
2009	5 133 805	4 530 395	88,2%	421 632	8,2%	146 957	2,9%
2008	8 332 244	7 380 538	88,6%	609 014	7,3%	261 260	3,1%
2007	9 170 379	8 401 796	91,6%	494 126	5,4%	246 053	2,7%
2006	8 013 870	7 289 722	91,0%	483 519	6,0%	204 774	2,6%
2005	5 942 050	5 414 905	91,1%	329 365	5,5%	172 791	2,9%
2004	5 922 501	5 489 447	92,7%	250 087	4,2%	163 257	2,8%

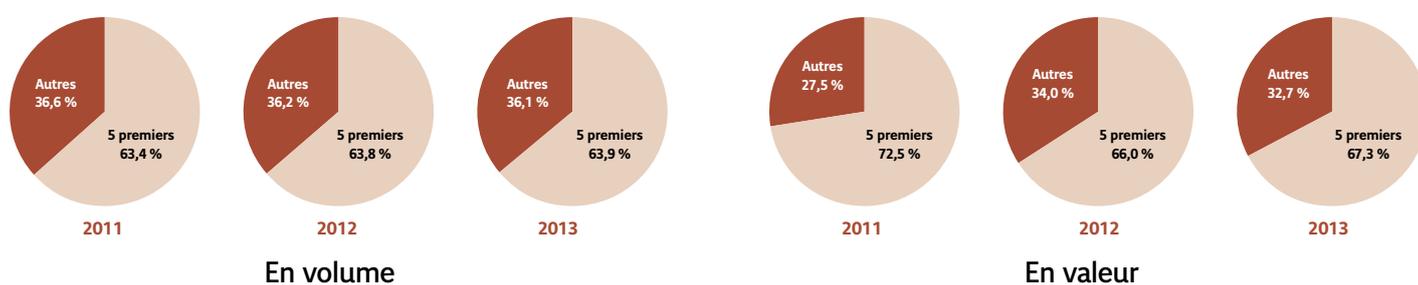
Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





## Le Japon

La forte croissance des expéditions de Champagne vers le Japon se poursuit. Avec 9,7 millions de bouteilles (+6,7%), le Japon est pour la deuxième année consécutive le quatrième marché export du Champagne derrière l'Allemagne et devant la Belgique. La progression du chiffre d'affaires, hors taxes, au départ de la Champagne est moins soutenue que celle des volumes (+1,6% à 176,4 millions d'euros), en raison du recul du prix moyen de 4,9%.

### Les maisons poursuivent leur développement

Contrairement à 2012, où toutes les catégories professionnelles ont participé à la croissance de ce marché, seules les maisons sont en progression en 2013. Largement majoritaires avec 88,2%, leur part de marché gagne 2,8 points au détriment des coopératives et des vigneron. Leurs volumes augmentent de 10,2% à 8,5 millions de bouteilles et leur chiffre d'affaires progresse de 4,7%. Avec 157,3 millions d'euros, les maisons assurent 89,2% de la valeur de ce marché.

Les vignerons, dont les volumes ont diminué de 11,5% à 620.000 bouteilles, perdent 1,3 point de part de marché à 6,4% des volumes. Leur chiffre d'affaires recule de 11,6% à 9 millions d'euros et la part de marché en valeur s'érode de 0,8 point à 5,1%.

Avec une baisse de 12,5% à 371.000 bouteilles, les coopératives représentent désormais 3,8% des volumes contre 4,7% en 2012. Malgré un prix moyen en hausse de 4,6%, le chiffre d'affaires recule de 8,5% à 5,4 millions d'euros en 2013 contre 5,9 millions en 2012.

### Le marché progresse grâce aux brut non millésimés

Le Japon constitue l'un des marchés où les rosés et cuvées de prestige ont le plus de succès. Cependant, les vins brut non millésimés restent les plus présents avec 69,4% des volumes. En 2013, ils gagnent 0,4 point de part de marché grâce à leur croissance plus rapide que

celle des autres qualités. Les brut non millésimés augmentent de 7,4% à 6,7 millions de bouteilles et leur chiffre d'affaires croît de 3,9% à 93,8 millions d'euros. Ils représentent 53,2% de la valeur du marché.

Avec 1,3 million de bouteilles, les vins rosés progressent de 5% et représentent 13,5% des volumes. Leur part de marché en valeur gagne 0,3 point à 13,1%, grâce à l'augmentation du chiffre d'affaires de 4,4% à 23,2 millions d'euros. Comme les rosés, les demi-sec continuent de se développer, dans des proportions plus modestes. Ils progressent de 21,9% à 320.000 bouteilles et représentent 3,3% des volumes, pour 3,3% de la valeur (+0,7 point).

Les cuvées de prestige se stabilisent à 980.000 bouteilles (-0,9%) et leur part de marché en volume s'établit à 10,1%. Leur chiffre d'affaires diminue plus vite que les volumes (-9,1% à 45,7 millions d'euros) et leur part de marché en valeur atteint 25,9% (-3 points). Les brut millésimés, en repli de 11,3% à 190.000 bouteilles, représentent quant à eux 2% des volumes, pour 2,8% de la valeur (+0,1 point).

### Une situation économique en mouvement

L'année 2013 fut marquée par la mise en place des "Abenomics", mesures prises afin de relancer la croissance et sortir le

Japon de la déflation. Les résultats de cette politique, bien que mitigés en raison d'un ralentissement de l'activité lors du dernier trimestre, sont positifs et l'économie japonaise progresse. Le produit intérieur brut est en hausse de 1,5%.

La consommation des ménages a été soutenue en fin d'année par l'annonce de la hausse de trois points de la TVA au 1<sup>er</sup> avril 2014. Les ménages ont anticipé leurs achats de manière considérable, ce qui laisse entrevoir un ralentissement de la consommation au second semestre de 2014.

Le Champagne doit donc évoluer dans un contexte économique en mouvement, où le nouveau gouvernement cherche à la fois à désendetter son pays et à encourager la dépense des ménages plutôt que l'épargne.

Le marché des vins effervescents au Japon poursuit sa croissance rapide avec des vins en provenance de France, d'Espagne, d'Italie et dans une moindre mesure d'Australie et du Chili. L'univers concurrentiel se développe et la consommation de vins effervescents devient populaire au Japon.

Pour continuer à développer ce marché, il conviendra de tenir compte de l'offre nouvelle et diversifiée qui se présente aux consommateurs japonais et de l'abaissement du yen face à l'euro.

### LES CHIFFRES CLÉS

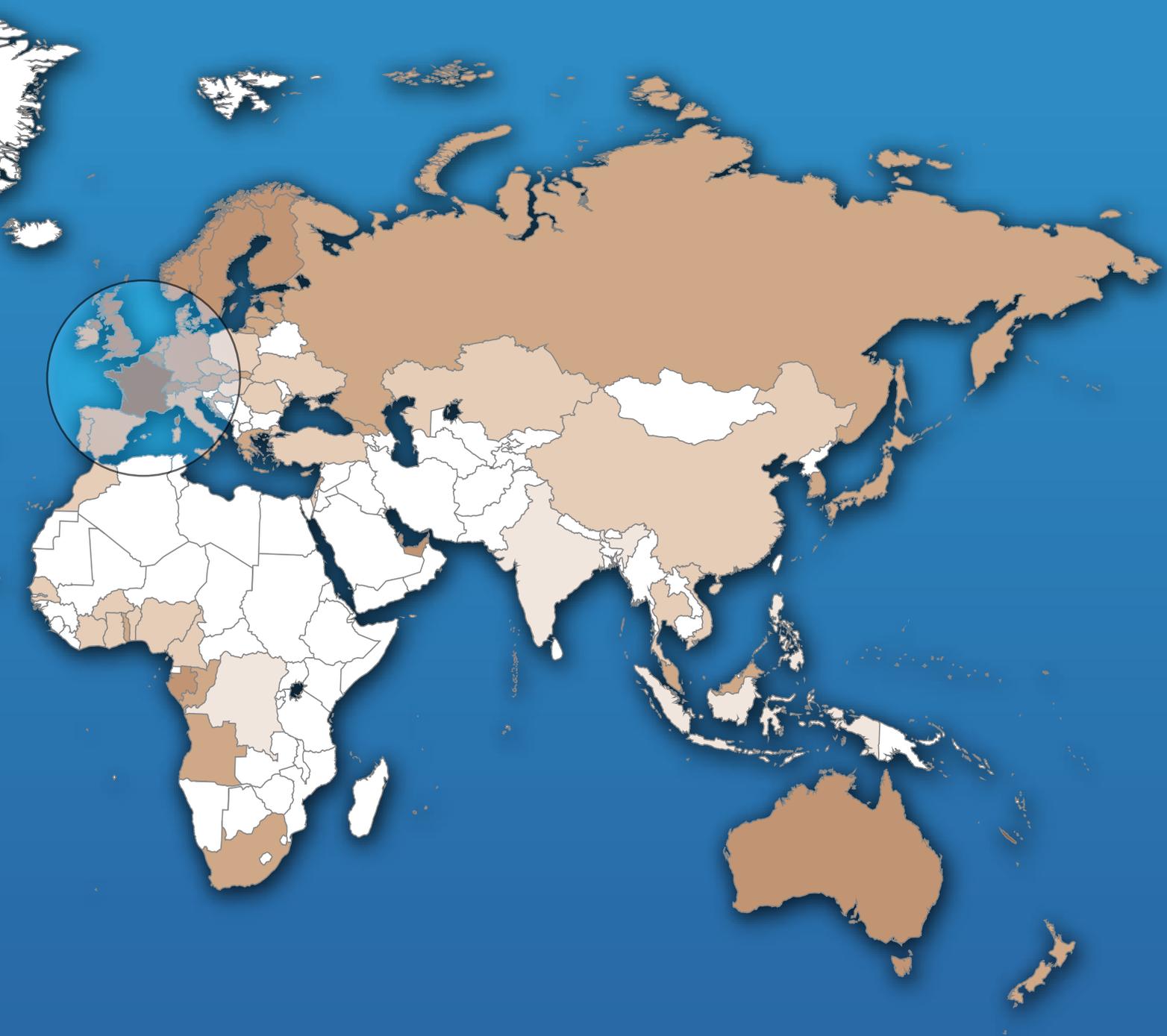
Population (M d'habitants)	127,3	Consommation de vin	2,6 L/hab/an
PIB (rang mondial)	4 902 Md USD (3 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	0,2 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	1,5%	<b>Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne</b>	
Croissance du PIB 2014	1,4%	Maisons	148 (+7)
Inflation 2013	0,4%	Vignerons	282 (-3)
Taux de chômage 2013	4,0%	Coopératives	23 (+5)

Sources : Eurostat, FMI, Statistics Bureau, OIV, IWSR, CIVC.

# LA CARTE DES EXPÉDITIONS DE CHA



# MPAGNE DANS LE MONDE EN 2013



**EXPÉDITIONS PAR HABITANT**  
(POPULATION ADULTE)

**1 bouteille pour**

- plus de 1.000 habitants
- 100 à 999 habitants
- 10 à 99 habitants
- 3 à 9 habitants
- 1 à 2 habitants
- > 1 bouteille par habitant

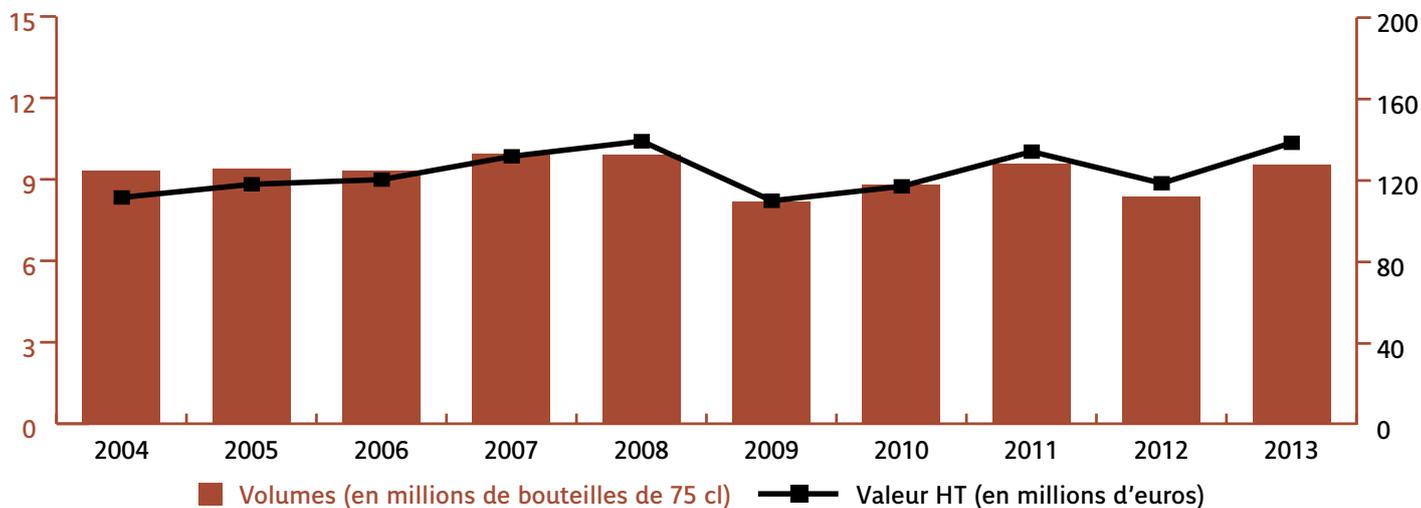
expéditions < 50.000 bouteilles

# Le Champagne en Belgique

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

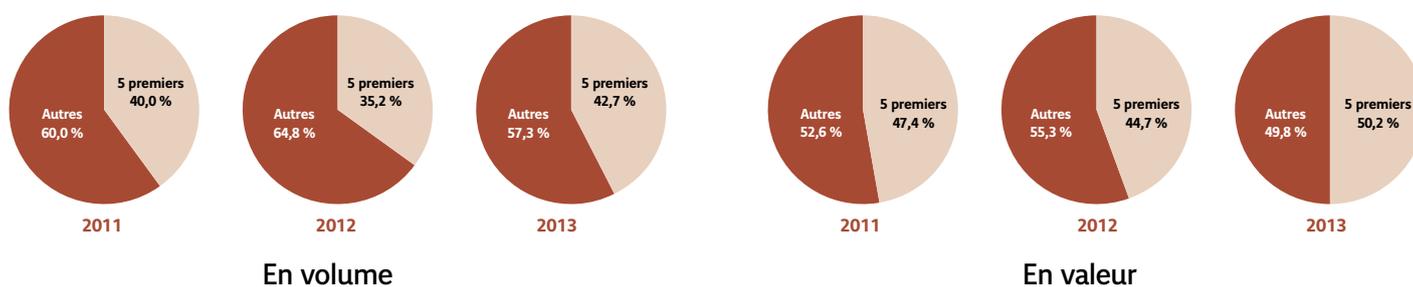
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	9 525 304	7 859 862	82,5%	676 506	7,1%	988 936	10,4%
2012	8 344 350	6 738 406	80,8%	672 402	8,1%	933 542	11,2%
2011	9 558 984	7 862 629	82,3%	684 314	7,2%	1 012 041	10,6%
2010	8 807 160	6 970 276	79,1%	546 664	6,2%	1 290 220	14,6%
2009	8 168 399	6 613 799	81,0%	697 546	8,5%	857 054	10,5%
2008	9 910 584	8 133 801	82,1%	694 087	7,0%	1 082 696	10,9%
2007	9 950 587	8 079 116	81,2%	843 689	8,5%	1 027 782	10,3%
2006	9 303 526	7 723 741	83,0%	728 421	7,8%	851 364	9,2%
2005	9 390 330	7 575 021	80,7%	871 474	9,3%	943 835	10,1%
2004	9 294 588	7 395 210	79,6%	873 427	9,4%	1 025 951	11,0%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





## La Belgique

En 2013, la Belgique demeure le cinquième marché du Champagne derrière le Japon, malgré des volumes en forte progression (+14,2%) à 9,5 millions de bouteilles. Son chiffre d'affaires augmente de 16,8% à 138,5 millions d'euros soutenu par un prix moyen en hausse de 2,3%.

De nombreux Belges viennent régulièrement en Champagne pour s'approvisionner directement auprès des producteurs. Ces volumes, qui représentent plusieurs millions de bouteilles, ne sont pas pris en compte dans les présentes statistiques.

### Les maisons toujours très présentes

En 2013, les expéditions des maisons sont en hausse de 16,6%, à 7,9 millions de bouteilles et constituent les premiers expéditeurs du marché belge. Leur part de marché en volume augmente de 1,7 point à 82,5%. Le chiffre d'affaires, qui s'établit à 118,1 millions d'euros, croît de 19,4% grâce à un prix moyen en hausse de 2,3%.

Après un repli des volumes pendant deux années consécutives, les coopératives progressent de 5,9% à 989.000 bouteilles et détiennent 10,4% des volumes (-0,8 point). Le prix moyen, en baisse de 1,7%, ne pénalise pas la croissance du chiffre d'affaires, qui augmente de 4,1% à 12,3 millions d'euros.

Les vigneronnes sont en légère hausse de 0,6% à 677.000 bouteilles et leur chiffre d'affaires augmente de 2,9% à 8,2 millions d'euros. Ils détiennent maintenant 7,1% des volumes et 5,9% de la valeur.

### Domination des vins brut non millésimés

L'année 2013 est marquée par l'augmentation des volumes de l'ensemble des qualités des vins de Champagne à l'exception des demi-sec. Dans ce contexte, les brut non millésimés, en hausse de 14,5% à 8,7 millions de bouteilles, affirment leur domination et représentent 91,5% de l'offre. Leur chiffre d'affaires s'établit à 121,1 millions d'euros (+17,6% par rapport à 2012). La Belgique est le

pays de l'Union européenne qui détient la part de vins brut non millésimés la plus importante.

Les rosés, qui avaient connu un repli significatif des volumes en 2012 (-14,6%), progressent de 2,9% à 3,5% des volumes. Leur chiffre d'affaires, qui recule de 1,1% à 6,9 millions d'euros, assure 5% de la valeur. Malgré leur croissance en 2013, la part des rosés reste en deçà des années antérieures.

Les cuvées de prestige sont en croissance de 26,3% à 92.000 bouteilles, soit le niveau le plus élevé de la décennie. Avec seulement 1% de part de marché en volume, elles retrouvent leur niveau d'avant crise. Le prix moyen est en hausse de 1,7% et le chiffre d'affaires progresse de 28,4% à 3,8 millions d'euros. Elles détiennent 2,7% de la valeur.

Les demi-sec sont en recul de 2,3% à 240.000 bouteilles et leur part de marché a perdu 0,5 point à 2,5% des volumes. Le prix moyen diminue de 3,4%, entraînant un recul du chiffre d'affaires de 5,6% à 4,1 millions d'euros. Leur part de marché en valeur perd 0,7 point et s'élève à 2,9%.

### Progression de la consommation à domicile

En 2013, les consommateurs belges ont acheté 2,7 millions de bouteilles en grande distribution pour leur consommation à domicile, soit 0,3% de plus qu'en 2012. La part des achats de Champagne

en grande distribution s'établit à 27,9% des expéditions à destination de la Belgique et le Champagne constitue 11,2% des achats de vins effervescents par les consommateurs belges. Le chiffre d'affaires du Champagne en grande distribution est en hausse de 9,2%, à 47,8 millions d'euros et représente 29,3% des achats de vins effervescents en valeur (+1 point). On assiste, en 2013, à une baisse des achats de Champagne dans les tranches de prix inférieures et à une progression des tranches moyennes et supérieures.

### Une reprise économique faible

La situation économique en Belgique reste fragile. Après une période de stagnation de l'activité et le recul du P.I.B en 2012 (-0,1%), la reprise de l'économie s'amorce doucement. En 2013, la croissance du P.I.B atteint 0,2% alors qu'une croissance nulle était attendue. Les biens de consommation durable ont surtout souffert, tandis que le consommateur devient difficilement prévisible. En 2014, la croissance devrait se poursuivre, mais à des niveaux toujours modestes.

Les Belges sont des consommateurs de vins effervescents et le Champagne ne constitue que 11,2% de leur consommation à domicile. Pourtant, les expéditions 2013 sont supérieures à la moyenne décennale et les Belges, en consommateurs avertis, se déplacent beaucoup en Champagne afin d'être au cœur de la diversité de l'offre.

### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	11,2	Consommation de vin	27,8 L/hab/an
PIB (rang mondial)	507 Md USD (24 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	3,4 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	0,2%	<b>Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne</b>	
Croissance du PIB 2014	1,2%	Maisons	151 (+4)
Inflation 2013	1,2%	Vignerons	407 (+36)
Taux de chômage 2013	8,4%	Coopératives	24 (+4)

Sources : Eurostat, FMI, OIV, IWSR, CIVC.



# La Belgique

## Les achats dans la grande distribution pour la consommation à domicile

Les achats de Champagne par les consommateurs belges dans la grande distribution pour la consommation à domicile s'élèvent à 2,7 millions de bouteilles pour un chiffre d'affaires de 47,8 millions d'euros.

### Les tendances générales de la consommation

Malgré un contexte économique ralenti, la confiance revient et le niveau de consommation se rapproche doucement des périodes précédant la crise. Les dépenses globales des produits de grande consommation sont en légère progression (+0,7%). Cependant, les consommateurs concentrent leurs achats sur les produits essentiels et délaissent les produits non alimentaires, qui ont baissé de 3,2%. Face à l'inflation, le consommateur a donc réduit ses achats et a favorisé des produits moins chers. Cela a conduit à un accroissement des marques de distributeurs qui représentent, en 2013, 54% des volumes achetés.

La distribution belge est essentiellement composée de petites et moyennes enseignes. Les supermarchés, principal circuit de distribution en Belgique, représentent 26,4% (-0,3 point) de l'offre alors que la part des hypermarchés s'élève à 10% des achats. Face à des consommateurs belges attentifs à leurs dépenses, les enseignes discount poursuivent leur croissance : les enseignes soft discount constituent 21,9% des achats (+0,2 point) et celles du hard discount 19,1% (+0,9). Les autres magasins (les magasins de proximité ou magasins spécialisés) détiennent 22,6% de l'offre.

### Le marché des vins effervescents en progression

En 2013, les achats de vins effervescents ont augmenté de 0,8% à 23,7 millions de bouteilles pour un chiffre d'affaires de 163 millions d'euros

(+5,5%). La consommation de vins effervescents est plus importante au Nord de la Belgique : 55,1% de la population vit dans la partie flamande et achète 64,8% des volumes. Avec 44,9% de la population, la région Sud (la Wallonie) et Bruxelles détiennent 35,2% des volumes pour 37,3% de la valeur. La croissance est essentiellement due à la partie wallonne et Bruxelles (+1,6%) qui progressent alors que la région Nord a montré une tendance stable (+0,4%). Les principaux acteurs présents sur le marché belge sont le Cava, le Prosecco, les mousseux français et le Champagne. Ils représentent ensemble 89,9% du marché des vins effervescents.

Le Cava est le vin le plus vendu en grande distribution belge et constitue 48,1% des achats, soit 1,6 point de plus qu'en 2012. Les volumes ont progressé de 4,2% à 11,4 millions de bouteilles en 2013. Son chiffre d'affaires, en hausse de 5,7%, s'élève à 59,9 millions d'euros et représente 36,8% de la valeur totale. 81,6% des achats de Cava pour la consommation à domicile (9,3 millions de bouteilles) sont réalisés dans la partie flamande. Le Sud et Bruxelles, moins amateurs de Cava, représentent 18,4% des achats pour 18,7% du chiffre d'affaires.

Le Prosecco, deuxième vin effervescent étranger consommé par les ménages belges, représente 12,1% des volumes, en baisse de 1,3 point par rapport à 2012. Les volumes ont diminué de 8,7% à 2,9 millions de bouteilles alors que le chiffre d'affaires est stable (+0,3%) à 14,9 millions d'euros. Le Prosecco détient 9,1% de la valeur totale du marché. La répartition par région est relativement équitable, avec 52,5% des achats au Nord et 47,5% des achats de Prosecco dans la partie wallonne.

Les mousseux français s'élèvent à 18,5% (+0,2 point) des volumes et à 16,4% (+0,2 point) de la valeur. Leurs volumes progressent de 2,1% à 4,4

millions de bouteilles et leur chiffre d'affaires augmente de 7,1% à 26,8 millions d'euros. Contrairement aux vins effervescents étrangers, les vins mousseux français sont davantage consommés au Sud et à Bruxelles, régions plus proches de la culture française avec 57,6% des volumes contre 42,4% des volumes dans la partie flamande.

### Croissance des achats de Champagne pour la consommation à domicile

Le Champagne, avec 11,2% des volumes et 29,3% de la valeur, constitue le quatrième vin effervescent du marché en volume mais le deuxième chiffre d'affaires. Le Champagne poursuit sa progression, avec un taux de croissance annuel moyen de 4,3% depuis 2008. En 2013, les consommateurs belges ont acheté 2,7 millions de bouteilles, soit une hausse de 0,3% par rapport à 2012. Le chiffre d'affaires a progressé encore plus rapidement (+9,2%) à 47,8 millions d'euros, soutenu par une augmentation du prix moyen.

A l'instar de la répartition des achats de vins effervescents par région, le Champagne est lui aussi davantage présent au Nord avec 54,8% des volumes pour 54,6% de la valeur. Toutefois, la partie wallonne et Bruxelles constituent les moteurs de la croissance des achats de Champagne, grâce à une forte augmentation des volumes (+11,6%), à 1,2 million de bouteilles et à une importante progression du chiffre d'affaires (+20,5% à 21,7 millions d'euros). A l'inverse, la région flamande voit ses achats diminuer de 7,5% à 1,5 million de bouteilles tandis que le chiffre d'affaires croît de 1,3% à 26,1 millions d'euros.

### Les tranches de prix supérieures augmentent

L'offre qualitative proposée par le Champagne et son positionnement



haut de gamme le rendent différent de ses concurrents dont les prix sont nettement inférieurs. Malgré le comportement soucieux des ménages belges face aux dépenses, ils ont privilégié les Champagne haut de gamme. En effet, la catégorie des vins supérieurs à 22 euros a fortement progressé et a gagné 12,2 points par rapport à 2012, à 31,4% des volumes. Les Champagne premier prix, c'est-à-dire dont le prix est inférieur à 13,99 euros ont eu moins de succès qu'en 2012, mais leur part de marché reste élevée.

#### Baisse des achats dans le circuit du hard discount

Alors que les enseignes du hard discount progressent de manière globale grâce aux produits de grande consommation, leur part de marché dans les achats de Champagne ne cesse de diminuer au profit des grandes et moyennes surfaces. En 2013, les magasins hard discount totalisent 13,9% des achats, soit un repli de 4,5 points par rapport à 2012. Les enseignes des grandes et moyennes surfaces progressent. Le groupe Delhaize le Lion est le principal distributeur de Champagne en Belgique et représente 38% des achats. Sa part de marché est en hausse de 3,3 points par rapport à 2012. Le groupe Colruyt, leader de la distribution belge, progresse de 5,8 points et distribue 22,2% des vins champenois.

#### Des achats anticipés

La consommation à domicile des vins de Champagne reste très saisonnière. Le quatrième trimestre représente 55,7% des ventes. Cependant, les acheteurs belges ont anticipé leurs dépenses et de nombreux achats ont été effectués durant les mois d'octobre et novembre. Les ventes du mois d'octobre ont doublé et celles de novembre ont progressé de 56% à 290.000 bouteilles. Les achats du

mois de décembre ont été très impactés par ce comportement et ont diminué de 13,5%.

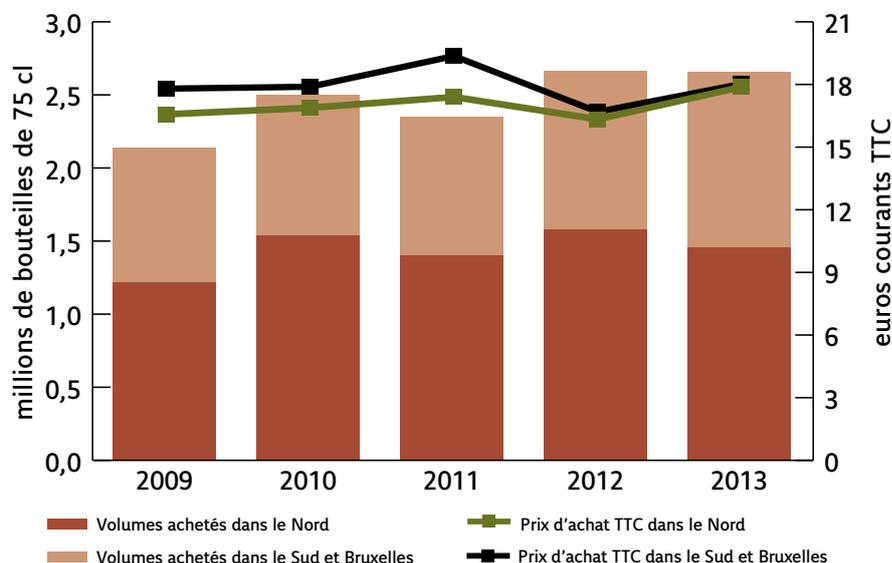
#### Des consommateurs avisés

Contrairement aux autres vins effervescents, comme le Cava, qui possèdent des prix inférieurs et visent

des populations plus jeunes à la recherche de nouveautés, le Champagne touche une classe de la population plus mature et plus aisée. En effet, les vins champenois sont majoritairement consommés par les plus de 50 ans qui représentent 69,4% des achats et par la classe moyenne supérieure et la classe supérieure.

#### Les achats de vins de Champagne dans la grande distribution en Belgique

	Volumes (en millions de bouteilles de 75 cl)		Prix de vente au consommateur (en euros TTC par bouteille de 75 cl)	
	Nord	Sud et Bruxelles	Nord	Sud et Bruxelles
2009	1,22	0,92	16,57	17,80
2010	1,54	0,96	16,88	17,89
2011	1,40	0,95	17,40	19,36
2012	1,58	1,08	16,33	16,69
2013	1,46	1,20	17,88	18,02



(Sources : CIVC d'après les données GfK Belgique)

#### L'univers de la grande distribution belge

Le panel GfK-«Consumer Tracking» Belgique suit les achats de 5.000 ménages représentatifs de la population belge dans la grande distribution. Après chaque achat de vins destiné à la consommation à domicile, les ménages établissent une déclaration d'achat. Les données recueillies permettent donc d'estimer les achats de vins par les ménages belges uniquement dans le cadre d'une consommation à domicile.

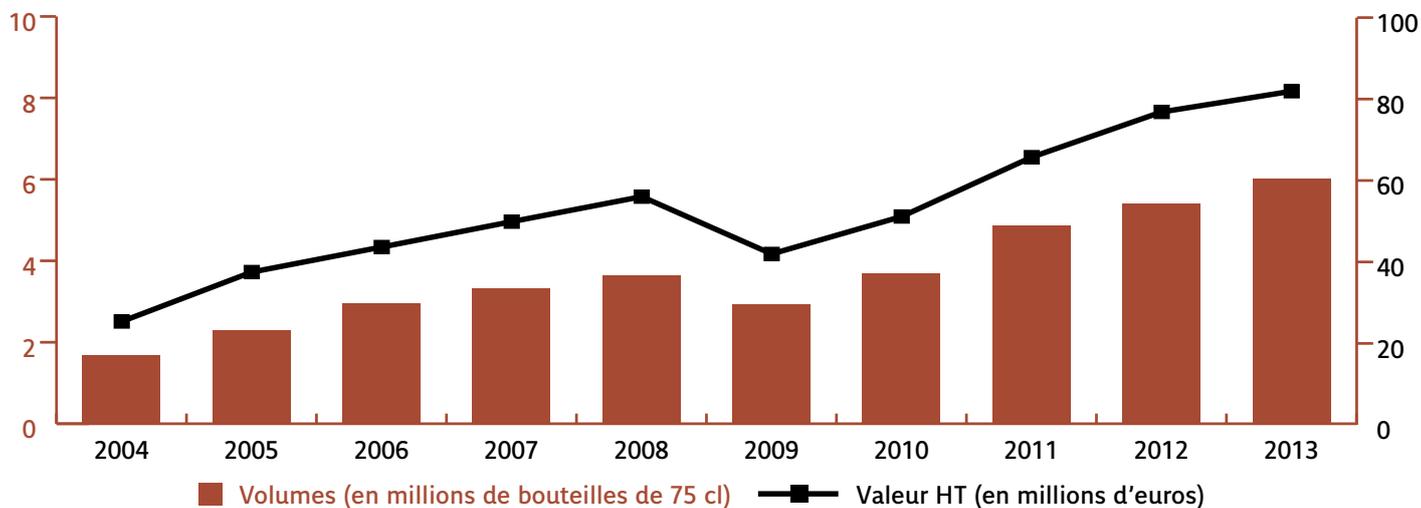
# Le Champagne en Australie

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	6 023 165	5 854 167	97,2%	107 487	1,8%	47 963	0,8%
2012	5 406 836	5 180 981	95,8%	180 464	3,3%	31 477	0,6%
2011	4 862 783	4 669 296	96,0%	101 689	2,1%	81 917	1,7%
2010	3 687 159	3 541 692	96,1%	81 336	2,2%	58 287	1,6%
2009	2 931 941	2 826 528	96,4%	58 314	2,0%	43 659	1,5%
2008	3 648 022	3 510 264	96,2%	51 234	1,4%	70 756	1,9%
2007	3 308 978	3 195 871	96,6%	49 285	1,5%	55 038	1,7%
2006	2 948 675	2 863 045	97,1%	34 334	1,2%	40 559	1,4%
2005	2 292 115	2 218 132	96,8%	27 007	1,2%	35 078	1,5%
2004	1 682 320	1 644 508	97,8%	15 635	0,9%	20 378	1,2%

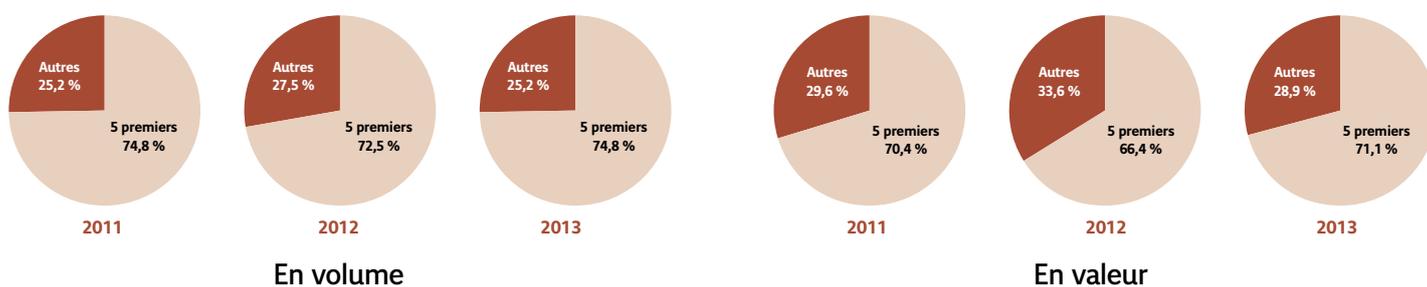
Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





# L'Australie

Avec 6 millions de bouteilles expédiées, l'Australie atteint un nouveau record d'expéditions. En croissance de 11,4% par rapport à 2012, elle gagne une place au classement des marchés du Champagne, au détriment de l'Italie, et se classe en sixième position. Son chiffre d'affaires augmente de 6,6% à 81,9 millions d'euros, limité par un prix moyen en baisse de 4,3%.

## Les maisons dominent

Avec 97,2% des volumes, les maisons sont quasiment les seules à expédier vers l'Australie. Leurs volumes progressent de 13% à 5,9 millions de bouteilles et leur chiffre d'affaires est en hausse de 8,1% à 79,3 millions d'euros. Leur part de marché en valeur gagne 1,3 point à 96,8%, au détriment des vigneron.

Malgré leurs très faibles volumes, les expéditions des vigneron n'ont cessé de croître au cours de la décennie passée. L'année 2013 est la première année en forte régression, après une année 2012 record. Ils expédient 107.000 bouteilles et ne représentent plus que 1,8% des volumes, (-1,5 point par rapport à 2012). Leur chiffre d'affaires s'établit à 1,8 million d'euros et leur prix moyen est en hausse de 4,8%. Ils représentent 2,1% de la valeur totale (-1,5 point).

Les coopératives sont également très peu présentes en Australie mais se développent. En 2013, elles expédient 48.000 bouteilles. Leur part de marché progresse de 0,2 point à 0,8% des volumes. Leur chiffre d'affaires, en croissance, s'établit à 687.000 euros (0,8% de la valeur) malgré un prix moyen en repli de 1,4%.

## Les vins brut non millésimés moteur de la croissance

Les vins brut non millésimés sont les seules cuvées à progresser en 2013 et leur part de marché atteint le niveau très élevé de 92,7% en volume et 87,1% en valeur. Ils ont progressé de 16% en volume, à 5,6 millions de bouteilles et de 11,9% en valeur, à 71,4 millions

d'euros. Ils sont les moteurs de la croissance en 2013 et les autres qualités ne retrouvent toujours pas leurs parts d'avant crise. En 2008, alors que le marché progressait encore de 10%, les brut non millésimés constituaient 84,4% du marché.

Les vins brut millésimés subissent les pertes les plus importantes. Leurs volumes diminuent de 33,2% à 156.000 bouteilles, entraînant une baisse de leur part de marché de 1,7 point à 2,6% des expéditions. Leur chiffre d'affaires a chuté de 28,5% à 2,8 millions d'euros soit 3,4% de la valeur totale.

Après une augmentation de plus de 30% des volumes en 2012, les rosés reculent de 20,8% à 129.000 bouteilles en 2013. Ils assurent désormais 2,1% des expéditions (-0,9 point). Leur prix moyen progresse de 17,1%, ce qui limite la baisse du chiffre d'affaires à 7,3% soit 2,6 millions d'euros et 3,2% de la valeur.

Les cuvées de prestige accusent un repli de 21,8% en volume et de 23,3% en valeur. Avec 90.000 bouteilles expédiées pour un chiffre d'affaires de 3,9 millions d'euros, elles perdent 0,6 point de part de marché en volume à 1,5% et 1,8 point en valeur à 4,8%.

## Une économie toujours dynamique

La croissance de l'économie australienne reste très soutenue mais connaît,

en 2013, une évolution moins vigoureuse que les années précédentes. Le P.I.B progresse de 2,4% contre 3,6% en 2012. Cette évolution s'explique par un ralentissement des exportations à destination des partenaires asiatiques et particulièrement de la Chine (dont la croissance est moins soutenue en 2013).

## La fin du dollar australien fort

Les Australiens ont tendance à consommer moins de vins, mais de manière beaucoup plus qualitative. Au cours des quatre dernières années, le dollar australien fort a favorisé une consommation de vins importés à des prix plus abordables.

La croissance du Champagne au cours de ces années a largement bénéficié de cet effet de change, qui a impacté le prix de vente : le Champagne n'a jamais été aussi abordable (57 dollars australiens, prix consommateur), à tel point que les acteurs de la grande distribution s'en sont emparés pour en faire un produit d'appel. Avec une perspective de retour au dollar plus faible en 2014, les prix des produits importés vont augmenter et les consommateurs australiens pourraient transférer leurs achats vers les vins produits dans leur pays.

L'enjeu de 2014 va être de maintenir la valeur du Champagne après plusieurs années de prix attractifs.

### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	23,2	Consommation de vin	23,5 L/hab/an
PIB (rang mondial)	1 505 Md USD (12 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	2,1 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	2,4%	<b>Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne</b>	
Croissance du PIB 2014	2,6%	Maisons	80 (-4)
Inflation 2013	2,5%	Vignerons	86 (-15)
Taux de chômage 2013	5,7%	Coopératives	9 (-1)

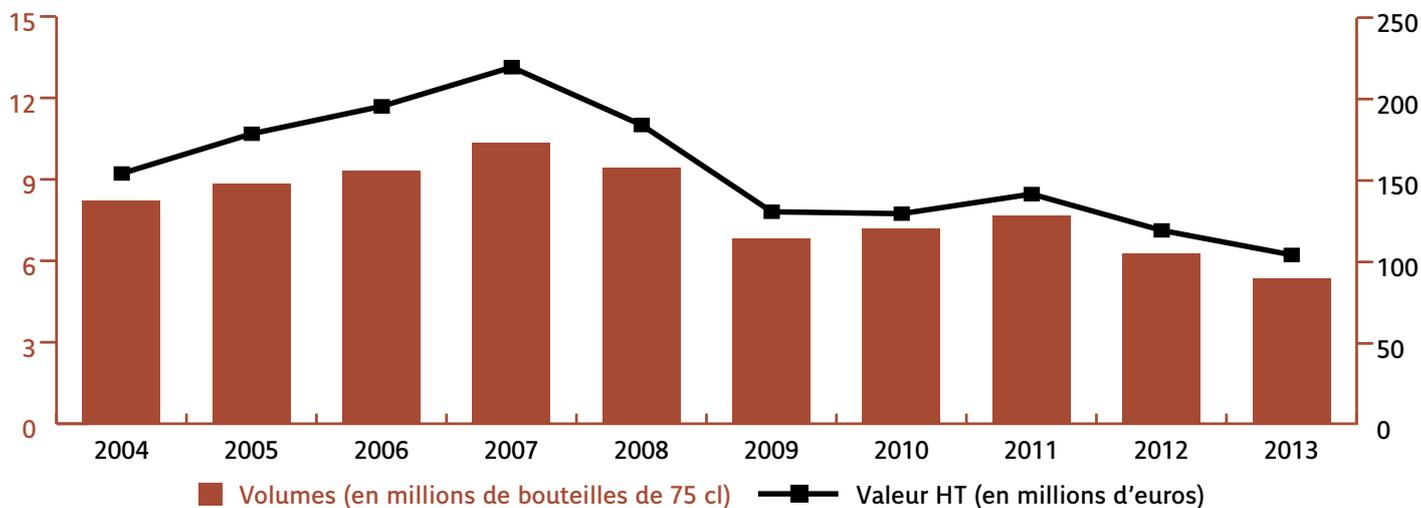
Sources : FMI, Australian Bureau of Statistics, OIV, IWSR, CIVC.

# Le Champagne en Italie

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

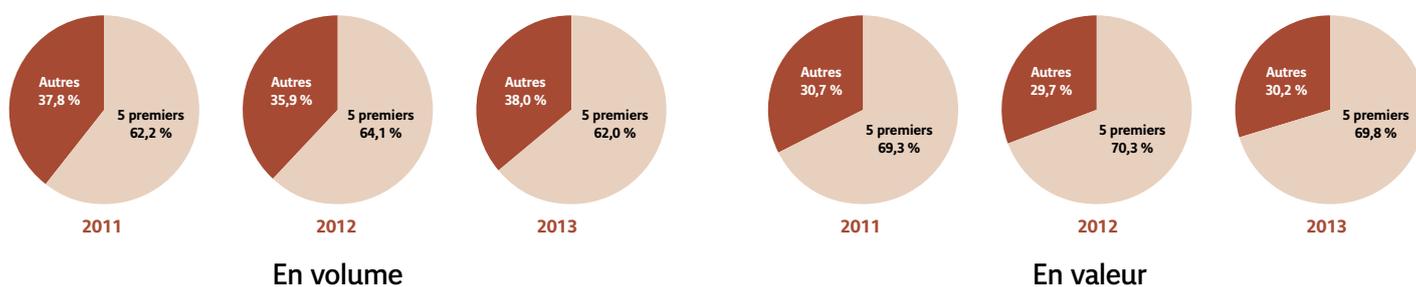
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	5 359 536	4 623 450	86,3%	579 242	10,8%	156 844	2,9%
2012	6 245 399	5 399 992	86,5%	573 389	9,2%	272 018	4,4%
2011	7 650 440	6 578 385	86,0%	654 910	8,6%	417 145	5,5%
2010	7 183 113	6 103 510	85,0%	647 334	9,0%	432 269	6,0%
2009	6 804 858	5 791 586	85,1%	624 762	9,2%	388 510	5,7%
2008	9 438 950	8 363 809	88,6%	655 993	6,9%	419 148	4,4%
2007	10 347 573	9 427 720	91,1%	662 841	6,4%	257 012	2,5%
2006	9 318 840	8 573 451	92,0%	480 857	5,2%	264 532	2,8%
2005	8 831 480	8 200 775	92,9%	406 627	4,6%	224 078	2,5%
2004	8 193 566	7 620 897	93,0%	337 618	4,1%	235 051	2,9%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





## L'Italie

Les expéditions vers l'Italie sont en recul de 14,2% par rapport à 2012 et s'élèvent à 5,4 millions de bouteilles. L'Italie est désormais le septième marché du Champagne en volume derrière l'Australie et le sixième marché en valeur derrière la Belgique. Son chiffre d'affaires, hors taxes, au départ de la Champagne, s'élève à 104,3 millions d'euros (-12,6%).

### Les vignerons progressent sur un marché dégradé

Bien qu'en repli de 14,4% à 4,6 millions de bouteilles, les maisons assurent 86,3% des volumes et 89,9% de la valeur. Elles accusent un recul de 800.000 bouteilles et subissent les pertes les plus importantes parmi les familles d'expéditeurs. Leur prix moyen, en hausse de 1,4%, permet au chiffre d'affaires de diminuer plus lentement que les volumes (-13,2% à 93,8 millions d'euros).

Les vignerons sont bien présents sur le marché italien. Leur part de marché en volume progresse de 1,6 point à 10,8% et leurs volumes augmentent de 1% à 579.000 bouteilles. Avec un prix moyen en hausse de 3,3%, leur chiffre d'affaires progresse plus vite (+4,3%) à 8,5 millions d'euros. Leur part de marché en valeur progresse de 1,3 point à 8,1%, captant les parts de marché des maisons et des coopératives.

Les coopératives, dont les volumes sont déjà faibles (272.000 bouteilles en 2012), subissent une baisse accentuée en 2013 (-42,3%), à 157.000 bouteilles. Leur part de marché chute de 1,5 point à 2,9% des volumes au profit des autres familles. Leur chiffre d'affaires, qui représente 2% de la valeur, suit la même tendance et recule de 34,9% à 2,1 millions d'euros, malgré un prix moyen en hausse de 12,9%.

### Un marché en fort retrait

Si la plupart des qualités de Champagne sont en retrait en 2013,

les vins brut non millésimés subissent la baisse la plus importante. Ils reculent de 15,4% à 4,5 millions de bouteilles et leur part de marché s'érode de 1,2 point, à 84,6% des volumes. Le chiffre d'affaires, de 75,1 millions d'euros, diminue moins vite que les volumes (-13,6%), sous l'effet d'un prix moyen en hausse de 2,1%.

Malgré la baisse de 13,7% des cuvées rosées à 301.000 bouteilles, leur part de marché reste stable à 5,6%. Le chiffre d'affaires diminue de 15,2% à 6,5 millions d'euros et représente 6,3% de la valeur.

Les cuvées de prestige, très présentes en Italie, ont mieux résisté au repli du marché. Avec une baisse de 9,1% des expéditions à 333.000 bouteilles, elles gagnent 0,3 point de part de marché à 6,2% des volumes. Malgré le recul du chiffre d'affaires de 11,6% à 18,8 millions d'euros, leur part de marché en valeur gagne 0,2 point à 18%, les autres qualités étant en repli plus rapide.

### Regain d'intérêt pour les brut millésimés

Après avoir atteint le plus bas niveau de la décennie en 2012, les brut millésimés sont en croissance en 2013 : ils progressent de 5,4% à 116.000 bouteilles et leur part de marché aug-

mente de 0,4 point à 2,2%. Le chiffre d'affaires est également en hausse (+4,5%) à 2,5 millions d'euros, malgré un prix moyen en léger recul (-0,8%). Ils représentent 2,4% de la valeur.

### L'Italie, fragilisée, tarde à sortir de la récession

En 2013, la croissance de la péninsule a chuté de 1,9%, affichant l'une des plus mauvaises performances de la zone euro. La baisse du P.I.B s'explique en grande partie par le repli de la demande intérieure accentué par un fort taux de chômage. La consommation des ménages italiens a reculé en raison d'une stagnation du revenu moyen et d'une hausse de la TVA d'un point à 22%. Mais si l'année 2013 a été sombre pour l'Italie, certains signes indiquent que l'année 2014 pourrait voir le retour de la croissance.

Le marché du vin dans son ensemble a été fortement touché et les consommateurs ont radicalement changé leur attitude d'achat en raison de la crise. S'ils ont réduit leurs achats en quantité, ils portent une attention particulière à la qualité.

Les Champenois doivent ainsi continuer à mettre en valeur le Champagne afin de séduire les consommateurs italiens, de plus en plus intéressés par la culture gastronomique et œnologique.

### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	59,7	Consommation de vin	38,1 L/hab/an
PIB (rang mondial)	2 072 Md USD (9 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	1,5 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	-1,9%	Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne	
Croissance du PIB 2014	0,6%	Maisons	133 (-3)
Inflation 2013	1,3%	Vignerons	363 (+27)
Taux de chômage 2013	12,2%	Coopératives	25 (+2)

Sources : Eurostat, FMI, OIV, IWSR, CIVC.

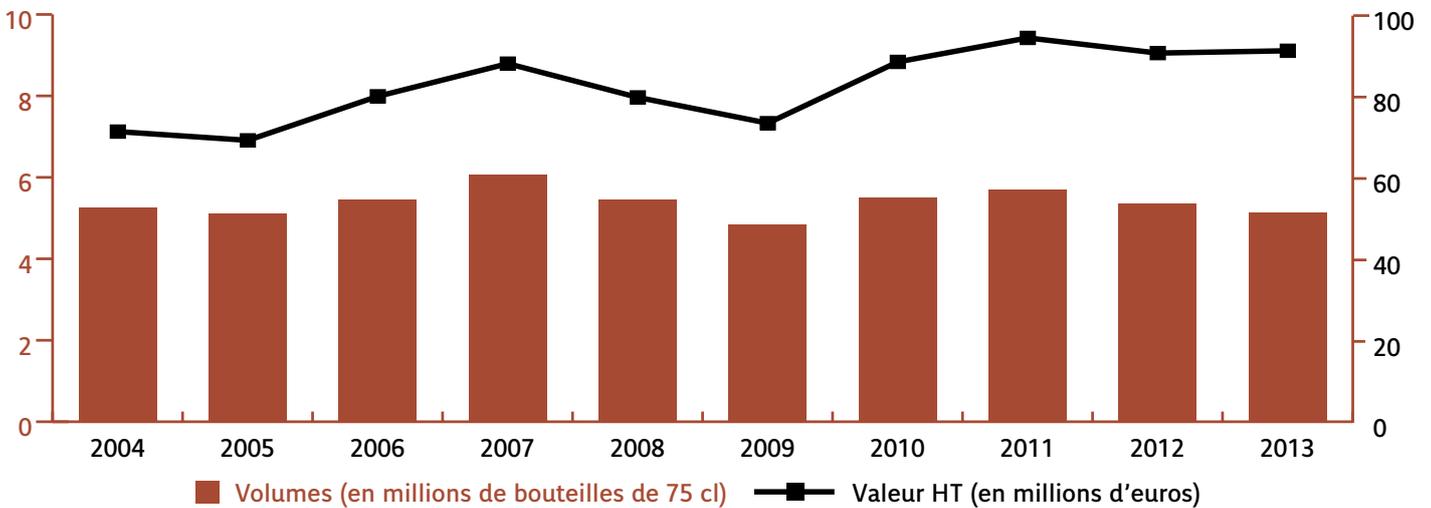
# Le Champagne en Suisse

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	5 137 664	4 579 743	89,1%	269 269	5,2%	218 036	4,2%
2012	5 355 492	4 774 581	89,2%	275 527	5,1%	228 883	4,3%
2011	5 685 394	4 936 736	86,8%	322 192	5,7%	355 370	6,3%
2010	5 496 962	4 811 522	87,5%	310 435	5,6%	320 504	5,8%
2009	4 846 515	4 204 111	86,7%	281 374	5,8%	298 482	6,2%
2008	5 439 139	4 747 915	87,3%	304 887	5,6%	329 660	6,1%
2007	6 067 867	5 345 902	88,1%	308 421	5,1%	354 400	5,8%
2006	5 445 011	4 801 101	88,2%	285 717	5,2%	302 928	5,6%
2005	5 110 320	4 481 777	87,7%	279 749	5,5%	320 777	6,3%
2004	5 247 404	4 613 757	87,9%	303 775	5,8%	273 385	5,2%

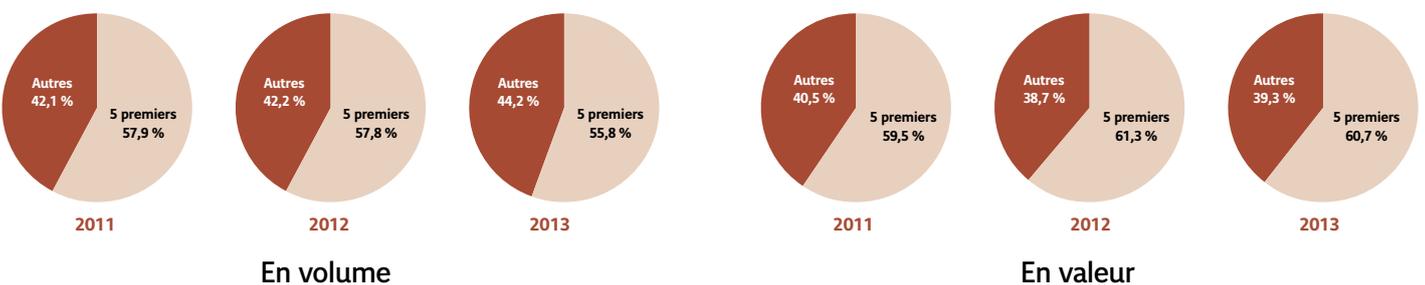
Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





## La Suisse

En 2013, les volumes expédiés vers la Suisse reculent de 4,1% à 5,1 millions de bouteilles alors que le chiffre d'affaires reste stable (+0,6%) à 91,4 millions d'euros. La Suisse est le huitième marché export devant l'Espagne.

### Un marché en recul

Les maisons sont en baisse de 4,1% à 4,6 millions de bouteilles. Cependant, leurs parts de marché restent stables à 89,1% en volume et 90,2% en valeur. La hausse du prix moyen de 4,9% compense la perte des volumes et le chiffre d'affaires augmente de 0,7% à 82,4 millions d'euros.

Les expéditions des vigneron diminuent de 2,3%. Malgré cette baisse, ils ont expédié plus de bouteilles que les coopératives pour la deuxième année consécutive et détiennent 5,2% de part de marché en volume. Le chiffre d'affaires progresse de 5,9% à 3,9 millions d'euros, soutenu par la hausse du prix moyen de 8,4% et représente 4,3% de la valeur.

Les coopératives, qui détiennent 4,2% des parts de marché en volume, subissent la plus forte baisse, avec un repli de 4,7% à 218.000 bouteilles. Leur prix moyen augmente de 3,8% mais le chiffre d'affaires perd toutefois 1,2%, à 2,9 millions d'euros.

### Rosés, cuvées de prestige et demi-sec en croissance

Pour la deuxième année consécutive, la part des brut sans année diminue au profit des autres cuvées. Elle s'établit à 77,2% (-2 points) avec des volumes en baisse de 6,6% à 4 millions de bouteilles. Malgré la croissance du prix moyen de 1,1%, le chiffre d'affaires recule de 5,5% à 60 millions d'euros. Leur part de marché en valeur perd 4,2 points à 65,7% au profit des autres qualités.

Les rosés progressent de 1,5% à 456.000 bouteilles et poursuivent leur gain de part de marché, à 8,9% en volumes. Leur

chiffre d'affaires augmente de 25,5% à 10,6 millions d'euros et leur part de marché en valeur gagne 2,3 points à 11,6%.

Les demi-sec poursuivent leur croissance amorcée en 2009. Avec 357.000 bouteilles, la catégorie assure désormais 7% des volumes. Le chiffre d'affaires progresse de 8,7% à 4,3 millions d'euros, grâce à l'augmentation du prix moyen de 5,5%. Les demi-sec représentent 4,7% de la valeur.

Les cuvées de prestige sont en progression de 18,1% à 214.000 bouteilles et représentent 4,2% des volumes pour 14,7% de la valeur. Leur chiffre d'affaires augmente de 13,4% à 13,5 millions d'euros. L'ensemble des autres qualités progresse et représente 1,1% du marché en volume. Parmi elles, les brut nature et les extra-brut, encore très faibles, sont en augmentation continue depuis 2011 et s'établissent à 55.000 bouteilles.

### Progression de la grande distribution

En 2013, 14,4 millions de bouteilles de vins effervescents (Champagne compris) ont été vendues en grande distribution pour un chiffre d'affaires de 169,7 millions de francs suisses. Ce marché est en légère progression en volume (+1,2%) et en valeur (+1,9%).

La part de la grande distribution dans les expéditions de vins de Champagne à

destination de la Suisse s'élève à 41,7% (soit 2,1 millions de bouteilles) et augmente de 1,8 point par rapport à 2012 (39,9%). Le Champagne représente 14,9% des volumes de vins effervescents vendus en grande distribution. Ses volumes sont stables (+0,3%) alors que le chiffre d'affaires progresse de 1,3% à 61,9 millions de francs suisses grâce à un prix moyen en hausse (+1%).

Le marché est fortement régionalisé et 57,2% des volumes sont consommés en Suisse Alémanique, tandis que 38,3% le sont en Suisse Romande. La partie italienne de la Suisse ne représente que 4,5% des volumes achetés en grande distribution. C'est la Suisse Romande qui tire la croissance du Champagne en 2013 (+2,3%), alors que les deux autres régions sont en recul (-0,6% pour la partie alémanique et -3,7% pour la partie italienne).

### Une économie préservée

La Suisse semble davantage préservée de la fragilité économique mondiale que ses voisins européens. Le taux de croissance du P.I.B a atteint 2% en 2013. Cette croissance est due à une demande intérieure vigoureuse, portée par la consommation, un fort pouvoir d'achat et à un commerce extérieur dynamique. Le retour à la croissance des partenaires économiques et commerciaux de la Suisse devrait permettre à l'activité d'accélérer davantage en 2014.

#### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	8,0	Consommation de vin	33,8 L/hab/an
PIB (rang mondial)	651 Md USD (20 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	2,3 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	2,0%	Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne	
Croissance du PIB 2014	2,1%	Maisons	159 (-2)
Inflation 2013	0,1%	Vignerons	307 (-2)
Taux de chômage 2013	3,2%	Coopératives	22 (-)

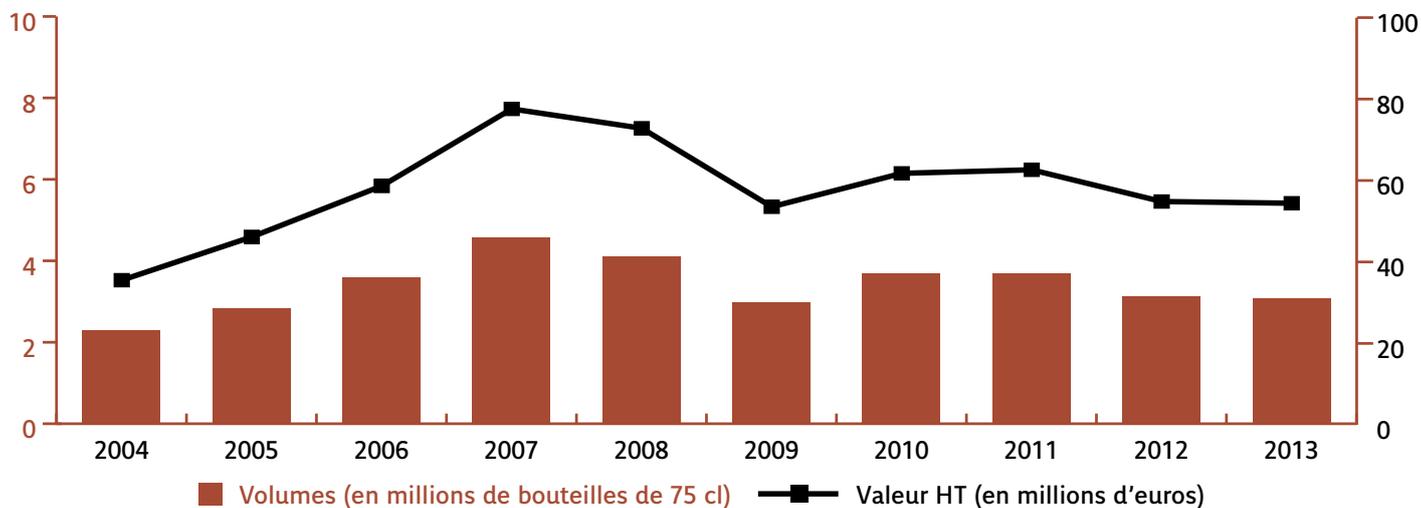
Sources : Eurostat, FMI, OIV, IWSR, CIVC.

# Le Champagne en Espagne

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

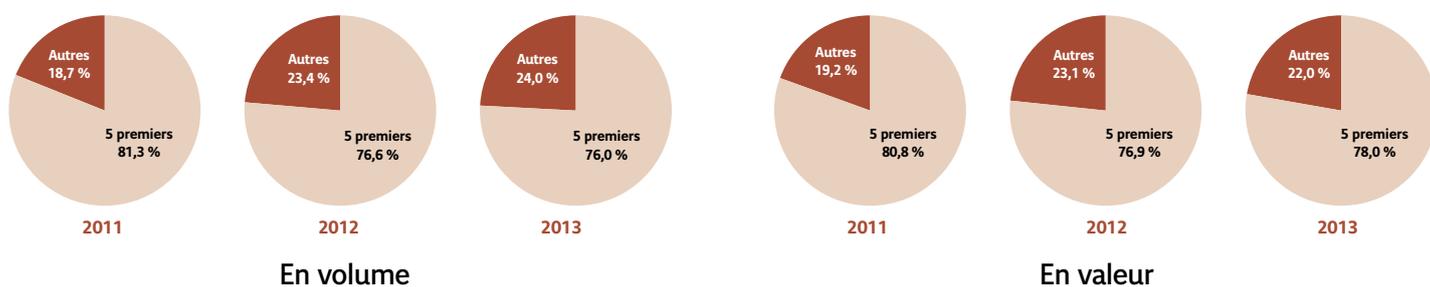
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	3 066 022	2 889 096	94,2%	79 922	2,6%	97 004	3,2%
2012	3 126 079	2 959 526	94,7%	78 418	2,5%	88 135	2,8%
2011	3 685 667	3 548 298	96,3%	84 178	2,3%	53 191	1,4%
2010	3 689 307	3 575 928	96,9%	78 079	2,1%	35 300	1,0%
2009	2 979 997	2 880 314	96,7%	65 382	2,2%	34 301	1,2%
2008	4 090 506	3 931 206	96,1%	59 354	1,5%	99 942	2,4%
2007	4 572 468	4 397 944	96,2%	59 996	1,3%	114 528	2,5%
2006	3 584 253	3 472 197	96,9%	46 315	1,3%	65 740	1,8%
2005	2 829 806	2 742 431	96,9%	42 980	1,5%	44 333	1,6%
2004	2 289 026	2 243 582	98,0%	24 394	1,1%	21 050	0,9%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





# L'Espagne

Les expéditions à destination de l'Espagne sont en recul de 1,9% à 3,1 millions de bouteilles. Le chiffre d'affaires s'élève à 54,4 millions d'euros (-0,8%), soutenu par un prix moyen en hausse de 1,2%. En 2013, l'Espagne demeure le neuvième marché du Champagne.

## Progression des coopératives

Les maisons sont très présentes en Espagne puisqu'elles assurent 94,2% des volumes et 95,9% de la valeur. C'est la part de marché la plus importante pour cette famille en Union européenne. En 2013, elles subissent toutefois une baisse de 2,4% de leurs expéditions, à 2,9 millions de bouteilles. Leur chiffre d'affaires diminue de 1% à 52,2 millions d'euros malgré un prix moyen en croissance de 1,4%.

Les coopératives détiennent 3,2% de part de marché en volume et 1,9% en valeur. Leurs expéditions augmentent de 10,1% à 97.000 bouteilles et leur prix moyen, en baisse de 4,5%, limite la croissance du chiffre d'affaires (+5,1%), pour atteindre 1 million d'euros.

L'année 2013 marque la reprise de la croissance des vigneron, interrompue en 2012. Leurs expéditions sont en hausse de 1,9% à 80.000 bouteilles et constituent le deuxième meilleur résultat après 2011. Le chiffre d'affaires augmente de 4,5% à 1,2 million d'euros. Leur part de marché, en progression régulière depuis 2004, atteint 2,6% en volume et 2,2% en valeur, contre 1,1% et 0,8% il y a dix ans.

## Reprise des cuvées de prestige

Les brut non millésimés représentent 85% des volumes (-0,3 point) et 73,7% de la valeur (-1,7 point). Ces vins restent la première qualité de Champagne expédiée, mais subissent, en 2013, une baisse de 2,3% à 2,6 millions de bouteilles. Leur prix moyen recule de 0,8%, ce qui accentue l'érosion de leur chiffre d'affaires de 3,1% à 40,1 millions d'euros.

A l'instar des brut non millésimés, les rosés sont en baisse de 5,9%, soit un repli plus rapide. Avec 302.000 bouteilles, ces cuvées représentent désormais 9,8% des volumes (-0,5 point) et 11,6% de la valeur (-1 point). Leur chiffre d'affaires régresse de 8,6% à 6,3 millions d'euros.

A l'inverse, les cuvées de prestige sont en croissance. Leurs volumes augmentent de 24,7% à 115.000 bouteilles et leur part de marché s'établit à 3,7% des volumes, soit un gain de 0,8 point par rapport à 2012. Leur chiffre d'affaires progresse de 27,5%, à 7,2 millions d'euros, soutenu par un prix moyen en hausse de 2,2%. Elles assurent 13,2% de la valeur (+2,9 points par rapport à 2012) et se rapprochent de leur part de marché de 2008.

Les brut millésimés, qui constituent moins de 1% des volumes (0,9%) et 1,1% du chiffre d'affaires, sont en forte baisse, tandis que quelques cuvées de demi-sec, devenues quasi-anecdotiques, ont été expédiées (0,3% des expéditions).

## Baisse des expéditions de Cava

Les expéditions de Cava, vin mousseux espagnol produit par seconde fermentation en bouteille, s'élèvent à 241,4 millions de bouteilles en 2013 et sont en recul de 0,8% par rapport à 2012. Les exportations, qui représentent 66,3%, diminuent de 0,9% à 159,9 millions de

bouteilles en 2013. Elles marquent le pas principalement en Union européenne, qui constitue 48,8% des expéditions à 117,8 millions de bouteilles (-1,5%) alors que le reste du monde est en croissance de 0,8% à 42,1 millions de bouteilles. Le marché intérieur, très impacté par la crise économique, subit une baisse de 0,5% à 81,4 millions de bouteilles et atteint un des plus bas niveaux historiques.

## Une situation économique toujours dégradée

L'Espagne a été très fortement touchée par la crise économique et la situation en 2013 est restée une nouvelle fois en récession (-1,2%). La reprise se fait attendre en raison d'un taux de chômage toujours très élevé (26,4% en 2013), qui limite la consommation des ménages.

Même si on observe des signes de reprise, comme la progression des exportations (+4,9% en 2013) et de la production, l'état de l'économie espagnole demeure préoccupant et les prévisions de croissance restent moroses : pour 2014, le gouvernement attend une progression du P.I.B. de 0,9%, toujours insuffisante pour dynamiser l'emploi.

Malgré ce contexte économique très dégradé, le marché du Champagne devrait rester stable en 2014, car les relais de croissance se situent essentiellement dans le tourisme, qui montre des signes d'amélioration.

### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	46,7	Consommation de vin	19,9 L/hab/an
PIB (rang mondial)	1 359 Md USD (13 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	1,4 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	-1,2%	<b>Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne</b>	
Croissance du PIB 2014	0,9%	Maisons	93 (-)
Inflation 2013	1,5%	Vignerons	113 (-)
Taux de chômage 2013	26,4%	Coopératives	14 (-)

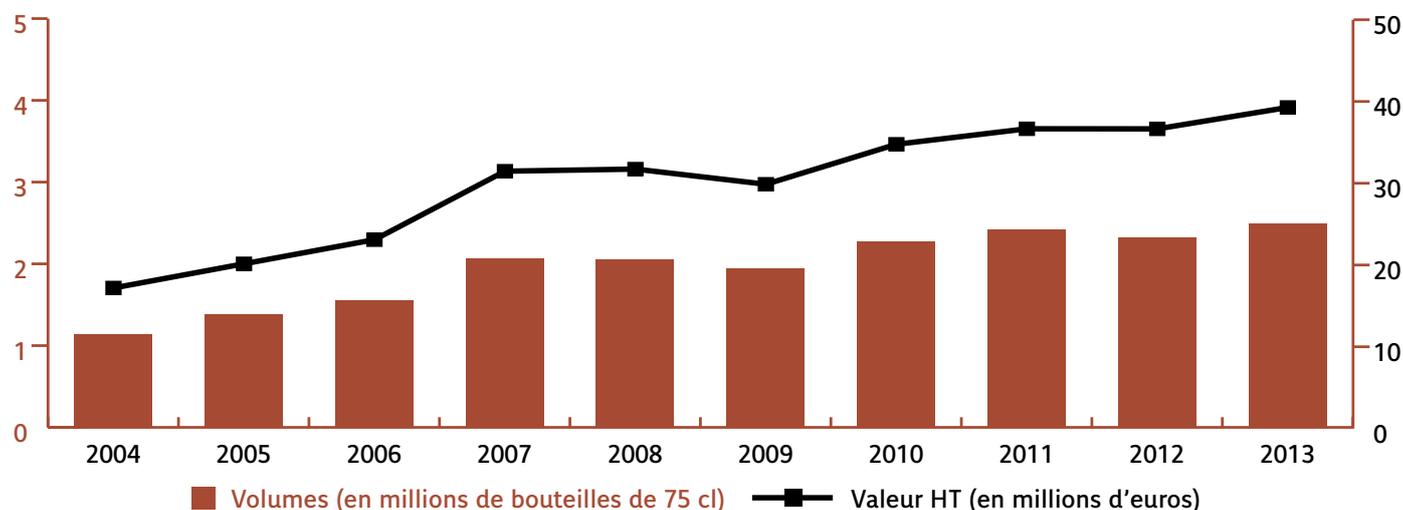
Sources : Eurostat, FMI, OIV, IWSR, CIVC.

# Le Champagne en Suède

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

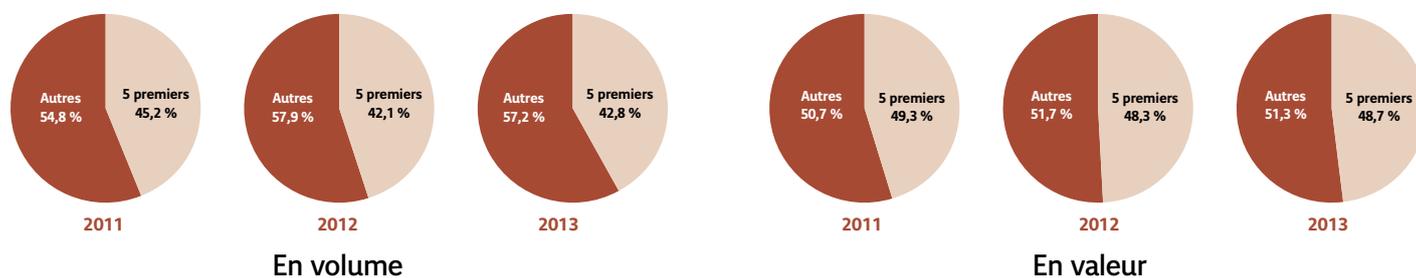
	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	2 495 188	2 015 827	80,8%	132 856	5,3%	346 505	13,9%
2012	2 317 991	1 843 521	79,5%	173 933	7,5%	300 537	13,0%
2011	2 422 312	1 979 381	81,7%	113 654	4,7%	329 001	13,6%
2010	2 271 714	1 849 266	81,4%	128 273	5,6%	294 175	12,9%
2009	1 947 346	1 505 421	77,3%	115 549	5,9%	326 376	16,8%
2008	2 055 471	1 698 024	82,6%	95 823	4,7%	261 624	12,7%
2007	2 070 025	1 774 546	85,7%	141 074	6,8%	154 405	7,5%
2006	1 550 425	1 338 616	86,3%	86 359	5,6%	125 450	8,1%
2005	1 384 019	1 152 397	83,3%	115 524	8,3%	116 098	8,4%
2004	1 136 026	1 001 658	88,2%	95 282	8,4%	39 086	3,4%

## Évolution des valeurs hors taxes départ Champagne



## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





## La Suède

La Suède a fait son entrée parmi les dix premiers marchés du Champagne en 2011 et confirme son rang pour la troisième année consécutive en 2013. Les volumes sont une nouvelle fois en hausse de 7,6%, à 2,5 millions de bouteilles, et le chiffre d'affaires progresse de 7,2% à 39,3 millions d'euros.

### Les coopératives en hausse

Les maisons sont les principaux expéditeurs à destination de la Suède. Contrairement à l'année 2012, où leur part de marché s'était érodée au profit des vigneron, les maisons réaffirment leur position et détiennent désormais 80,8% des volumes (+1,3 point) et 83,8% de la valeur (+0,9 point). Elles ont expédié 2 millions de bouteilles, soit 9,3% de plus qu'en 2012. Leur chiffre d'affaires augmente moins rapidement (+8,3%) à 32,9 millions d'euros.

Les coopératives détiennent la croissance la plus importante en 2013. Leurs volumes progressent de 15,3% à 347.000 bouteilles. Elles assurent 13,9% des volumes expédiés (+0,9 point). Leur chiffre d'affaires augmente de 15% à 4,3 millions d'euros et leur part de marché en valeur progresse de 0,7 point à 11%.

La présence des vigneron sur ce marché s'avère fragile et, après avoir progressé de moitié en 2012, leurs volumes diminuent de 23,6% à 133.000 bouteilles en 2013. Ils détiennent désormais 5,3% des volumes, en recul de 2,2 points, au bénéfice des maisons et des coopératives. Dans ces conditions, leur chiffre d'affaires chute de 19% à 2 millions d'euros. Ils représentent 5,2% de la valeur.

### Les cuvées de prestige progressent

Après une année 2012 stable, les vins brut non millésimés sont en hausse de 6,1% à 2,2 millions de bouteilles. Cette progression ne leur permet pas d'augmenter leur part de marché en raison d'une croissance très rapide des cuvées de prestige. Ainsi, ils assurent 87,8% des volumes (-1,3 point). Leur chiffre d'affaires augmente de 3,9% à 31,6 millions

d'euros et représente 80,4% de la valeur (-2,5 points).

Encore faiblement présentes, avec 3,9% des volumes, les cuvées de prestige investissent progressivement ce marché. En croissance continue depuis quatre ans, elles atteignent 100.000 bouteilles en 2013 et gagnent 1,7 point de part de marché. Leur chiffre d'affaires augmente pour s'établir à 3,4 millions d'euros et leur part de marché en valeur gagne 3 points à 8,7%.

Les rosés sont les seuls en retrait à 72.000 bouteilles (-19,2%) pour un chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros (-13,6%). Ils représentent 2,9% des volumes pour 3,7% de la valeur. Enfin, demi-sec et brut millésimés progressent. Cependant, leurs volumes demeurent faibles. Les demi-sec sont en hausse de 9,8% et atteignent 59.000 bouteilles. Les expéditions de brut millésimés augmentent de 33,7% et s'élèvent à 70.000 bouteilles.

### Les ventes au sein du monopole

En Suède, la vente d'alcool au détail est supervisée par un monopole d'État représenté par la chaîne nationale Systembolaget. Environ 69% des expéditions de Champagne sont commercialisées via ce monopole. La consommation en cafés, hôtels et restaurants est estimée à 22% des volumes. Enfin, 9% des volumes sont effectués par des achats transfrontaliers (magasins duty-free).

Malgré un système monopolistique contraignant pour les exportateurs (processus d'appels d'offres, volumes minimum requis), il existe des opportunités de développement et l'adaptation aux différents systèmes de vente (CHR et monopole) est la clé de la réussite sur ce marché en développement.

### Une croissance économique dynamique

La Suède, dont le marché du Champagne s'est particulièrement développé au cours de la dernière décennie, s'en sort mieux que ses voisins européens et son économie progresse. En 2013, la croissance du P.I.B s'élève à 1,5% portée par une hausse de la consommation des ménages. L'importance des exportations pour l'économie suédoise la rend dépendante de la conjoncture internationale et européenne. Avec une amélioration de la situation économique mondiale, l'année 2014 devrait profiter à la Suède et la croissance du P.I.B est estimée à 2,8%.

Après une année 2012 de stabilisation, l'année 2013 voit le retour de la croissance de ce marché et le développement des cuvées de prestige ou millésimées. Le Champagne s'installe progressivement dans les habitudes de consommation des Suédois, ce qui indique que le Champagne dispose encore d'un potentiel de croissance à la fois en volume et en valeur grâce à la montée en gamme de l'offre.

#### LES CHIFFRES CLÉS

Population (M d'habitants)	9,6	Consommation de vin	21,1 L/hab/an
PIB (rang mondial)	558 Md USD (21 <sup>e</sup> )	Consommation de vin effervescent	1,1 L/hab/an
Croissance du PIB 2013	1,5%	<b>Nombre d'expéditeurs de vin de Champagne</b>	
Croissance du PIB 2014	2,8%	Maisons	81 (+6)
Inflation 2013	0,4%	Vignerons	75 (-11)
Taux de chômage 2013	8,0%	Coopératives	14 (-)

Sources : Eurostat, FMI, OIV, IWSR, CIVC.

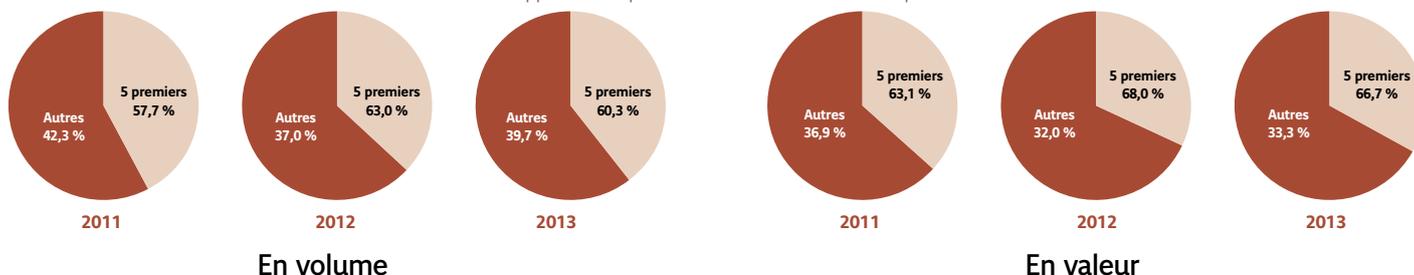
# Les Pays-Bas

## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	2 007 988	1 785 173	88,9%	112 782	5,6%	110 033	5,5%
2012	2 300 446	2 073 172	90,1%	106 646	4,6%	120 628	5,2%
2011	2 369 145	2 156 652	91,0%	118 037	5,0%	94 456	4,0%
2010	2 474 876	2 299 089	92,9%	97 488	3,9%	78 299	3,2%
2009	2 735 860	2 498 345	91,3%	103 427	3,8%	134 088	4,9%
2008	3 511 893	3 270 896	93,1%	112 027	3,2%	128 970	3,7%
2007	4 082 358	3 820 508	93,6%	132 062	3,2%	129 788	3,2%
2006	3 683 909	3 394 383	92,1%	136 544	3,7%	152 982	4,2%
2005	3 175 868	2 906 570	91,5%	122 888	3,9%	146 410	4,6%
2004	2 991 260	2 675 535	89,4%	104 229	3,5%	211 496	7,1%

## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions



# Le Canada

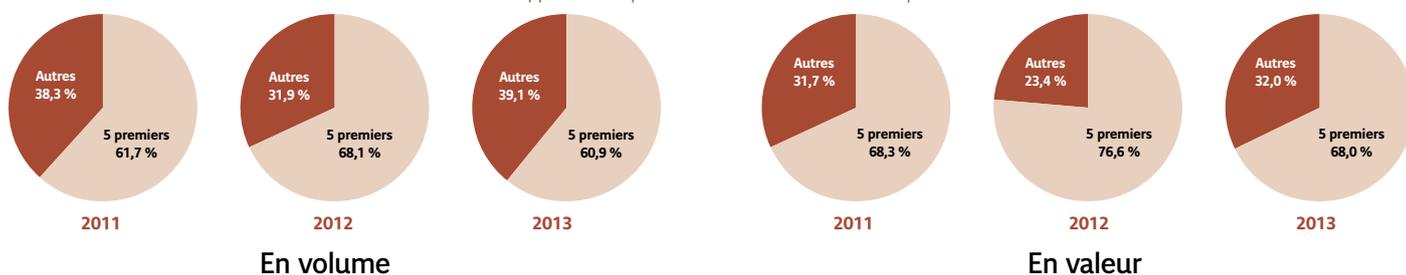
## Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Part	Vignerons	Part	Coopératives	Part
2013	1 685 683	1 480 846	87,8%	93 559	5,6%	105 926	6,3%
2012	1 698 613	1 525 445	89,8%	68 536	4,0%	95 405	5,6%
2011	1 589 384	1 408 477	88,6%	69 100	4,3%	103 995	6,5%
2010	1 411 119	1 275 975	90,4%	44 518	3,2%	88 956	6,3%
2009	1 063 316	967 668	91,0%	30 425	2,9%	64 670	6,1%
2008	1 492 042	1 339 412	89,8%	36 439	2,4%	113 553	7,6%
2007	1 470 340	1 330 231	90,5%	29 616	2,0%	109 851	7,5%
2006	1 359 906	1 246 128	91,6%	15 559	1,1%	94 895	7,0%
2005	1 220 779	1 143 023	93,6%	15 600	1,3%	61 859	5,1%
2004	1 179 668	1 106 413	93,8%	9 135	0,8%	63 548	5,4%

Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.

## Évolution des parts de marché

Part des cinq premiers opérateurs sur l'ensemble des expéditions





# Les Pays-Bas • Le Canada



## Les Pays-Bas

Les expéditions de Champagne à destination des Pays-Bas poursuivent leur baisse amorcée en 2008. En 2013, elles sont en recul de 12,7% et s'établissent à 2 millions de bouteilles. Le chiffre d'affaires diminue de 8,4% à 33,9 millions d'euros.

Les maisons ont expédié 1,8 million de bouteilles (-13,9% par rapport à 2012) pour un chiffre d'affaires de 31,1 millions d'euros, en baisse de 9,2%. Leurs parts de marché s'établissent à 88,9% en volume (-1,2 point) et à 91,6% en valeur (-0,7 point).

Les vigneronnes ont expédié davantage de bouteilles que les coopératives en 2013. Leurs volumes s'élèvent à 113.000 bouteilles, en progression de 5,8% et leur chiffre d'affaires augmente de 1%, à 1,5

million d'euros. Ils détiennent 5,6% des volumes (+1 point) pour 4,3% de la valeur (+0,4 point).

Les expéditions des coopératives, à 110.000 bouteilles, reculent de 8,8%. Leur prix moyen, en hausse de 8,3%, limite le recul du chiffre d'affaires (-1,2%) à 1,4 million d'euros.

Les vins brut non millésimés, majoritaires, représentent 79% des volumes. Cependant, ils sont plus impactés par la baisse des volumes et diminuent de 13,9% à 1,6 million de bouteilles. Leur chiffre d'affaires recule de 10,6% à 24,7 millions d'euros et leur part de marché perd 1,8 point à 72,8% de la valeur. Les demi-sec (9,4% des volumes) et les rosés (8,6%) reculent (respectivement de -16,2% et -0,6%) mais demeurent forte-

ment appréciés. Seules les cuvées de prestige, encore minoritaires, progressent et détiennent désormais 1,8% des volumes pour 6,6% de la valeur (+0,7 point).

Avec un prix moyen hors taxes au départ de la Champagne en hausse de 4,9%, le repli des Pays-Bas est le fait des vins les moins valorisés. La hausse des accises au 1<sup>er</sup> janvier 2013 peut expliquer en partie la baisse des volumes.

Les Néerlandais sont de plus en plus ouverts aux vins et à la gastronomie. Leur intérêt grandissant pour l'œnologie et la création de nouveaux accords gastronomiques mettant l'accent sur la diversité des vins de Champagne, permettront le développement de leur consommation aux Pays-Bas.



## Le Canada

Avec 1,7 million de bouteilles expédiées en 2013 (-0,8%) pour un chiffre d'affaires de 41,5 millions d'euros, le Canada demeure le treizième marché export du Champagne.

Les expéditions des maisons sont en recul de 2,9% à 1,5 million de bouteilles et leur part de marché perd 2 points à 87,8% des expéditions. Leur chiffre d'affaires s'élève à 37,8 millions d'euros, soit 91,2% de la valeur. Alors qu'elles représentaient 93,8% des volumes en 2004, les maisons perdent des parts de marché au profit des vigneronnes et des coopératives, qui progressent rapidement, tout en gardant une présence encore faible.

Les coopératives, avec 106.000 bouteilles, ne retrouvent pas leur plus

haut niveau de 2007 et 2008 et leur part de marché s'établit à 6,3%. Leur chiffre d'affaires, de 2 millions d'euros, représente 4,9% de la valeur. Les expéditions des vigneronnes, en hausse de 36,5%, atteignent 94.000 bouteilles et 5,6% des volumes. Leur chiffre d'affaires, de 1,5 million d'euros, représente 3,7% de la valeur.

Les vins brut non millésimés diminuent légèrement, à 79,3% des expéditions, au profit des rosés et des cuvées de prestige. Les rosés, qui gagnent régulièrement des parts de marché (+4,7 points depuis 2004), représentent 10% des volumes et 10,4% de la valeur. Les cuvées de prestige, qui ont nettement baissé à l'issue de la crise, progressent de 4,7% à 5% des volumes et 15,1% de la valeur. Les demi-sec (-13,6%) et les

brut millésimés (-17,7%) sont, eux, en recul et représentent respectivement 1,6% et 1,8% des volumes. Les autres qualités atteignent 2,4% de part de marché (+1,1 point). Elles incluent les brut nature (19.000 bouteilles) et les extra brut (21.000 bouteilles), qui progressent très régulièrement depuis 2010.

La distribution d'alcool est contrôlée par des monopoles dans la plupart des états canadiens. Au Québec, la SAQ a récemment modifié sa stratégie de prix au sein de la catégorie des vins effervescents. Les accords de libre-échange conclus au 1<sup>er</sup> janvier 2014 avec le Canada, ainsi que la nouvelle politique de prix au Québec annoncent des perspectives favorables pour le Champagne en 2014.



## Quelques pays dynamiques



### Le Mexique

En 2013, le Mexique dépasse 1 million de bouteilles et devient le dix-neuvième marché du Champagne derrière l'Autriche. Les expéditions augmentent de 31,2% à 1,14 million de bouteilles et le chiffre d'affaires s'élève à 19,5 millions d'euros hors taxes, au départ de la Champagne.

Les maisons assurent 95,1% des volumes et 96% de la valeur avec 1,1 million de bouteilles et 18,8 millions d'euros de chiffre d'affaires. En 2004, elles étaient presque les seules expéditrices au Mexique avec 99% de part de marché. Malgré leur forte progression en volume (+28,6%), elles perdent 1,9 point de part de marché par rapport à 2012 au profit des coopératives, qui progressent plus rapidement : ces dernières ont doublé leurs expéditions, passant de 24.000 à 49.000 bouteilles. Leur chiffre d'affaires atteint 681.000 euros. Elles représentent 4,3% des volumes (+1,5

#### Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Vignerons	Coopératives
2013	1 137 845	1 081 542	2 526	49 260
2012	867 374	841 020	2 286	23 970
2011	800 757	758 360	1 022	39 584
2010	680 320	651 862	480	27 498
2009	495 132	490 526	962	3 581
2008	813 386	789 047	168	23 323
2007	753 094	694 972	6 780	45 762
2006	720 119	692 416	4 581	6 834
2005	564 343	563 894	426	
2004	505 737	500 568	48	4 494

Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.

point) et 3,5% de la valeur (+1,4 point). Les vigneron progressent également (+10,5% en volume) mais restent encore très faibles avec 0,2% des volumes et 0,1% de la valeur.

Les brut non millésimés progressent rapidement (+36,4%) et atteignent 74,1% des volumes et 66,5% du chiffre d'affaires. Les demi-sec tiennent une

part importante et, avec une croissance de 20,4%, assurent 12,8% des volumes et 12,5% du chiffre d'affaires. Les rosés, qui représentaient seulement 3,5% du marché en 2004, atteignent, en 2013, 10% des volumes et 10,9% de la valeur. Les cuvées de prestige, avec 2,7% des volumes, représentent 9,6% du chiffre d'affaires.



### Le Danemark

Le Danemark progresse de 12,6% à 1,14 million de bouteilles et devient le vingtième marché du Champagne. Son chiffre d'affaires, de 20,1 millions d'euros, augmente de 16,3%.

Les maisons sont en hausse de 4,8% à 74,5% des volumes et 79,7% du chiffre d'affaires. Elles perdent des parts de marché au profit des vigneron et des coopératives : les vigneron augmentent de 37,9% en volume (à 14,7% de part de marché) et de 38,4% en valeur (à 11,5%). Les coopératives sont en croissance de plus de 50%, à 10,8% des volumes et leur chiffre d'affaires s'établit à 1,8 million d'euros.

Les brut sans année (+7,6% à 72,3% des volumes) perdent des parts de marché au profit des autres qualités, plus dynamiques. Les demi-sec gagnent 1,7

#### Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Vignerons	Coopératives
2013	1 136 437	847 029	167 226	122 182
2012	1 008 982	808 578	121 226	79 178
2011	902 992	671 893	122 539	108 560
2010	893 789	695 872	92 824	105 093
2009	684 620	494 045	80 021	110 554
2008	860 027	663 392	94 508	102 127
2007	1 029 831	777 439	84 131	168 261
2006	897 943	713 820	57 606	126 517
2005	837 292	693 610	46 331	97 351
2004	688 980	544 106	40 493	104 381

point en volume à 9,1% et 1,2 point en valeur à 6,8%, ce qui reste loin de leur part de 2004, à 13,5% des volumes. Les cuvées de prestige, avec 5,9% des volumes constituent 19,8% de la valeur et les rosés atteignent 7,1% des volumes et 8% du chiffre d'affaires. Les consommateurs danois, de plus en

plus amateurs de gastronomie et de vin, sophistiquent leur consommation de Champagne. Le Danemark est également un carrefour commercial proche des pays nordiques vers lesquels une part des bouteilles sont réexpédiées, vendues en duty free, ou achetées par les voisins frontaliers.



## Les Émirats Arabes Unis

En 2013, les Émirats Arabes Unis progressent de 12,1% à 1,69 million de bouteilles. Le chiffre d'affaires augmente de 12,2% et s'élève à 37,7 millions d'euros.

Une très large majorité des importations de Champagne aux Émirats Arabes Unis sont destinées à la réexportation en Afrique et en Inde ; elles fournissent également les flottes aériennes basées sur leur territoire. Sur le marché émirien, le Champagne est très majoritairement distribué dans le secteur de l'hôtellerie de luxe.

### Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Vignerons	Coopératives
2013	1 689 447	1 592 103	12 770	75 497
2012	1 507 192	1 457 210	35 798	6 838
2011	1 386 966	1 364 148	3 624	15 626
2010	1 172 305	1 148 304	10 812	7 438
2009	843 212	833 005	1 043	5 390
2008	1 356 709	1 330 695	7 862	13 435
2007	983 692	973 058	252	7 692
2006	831 902	820 876	16	7 866
2005	676 167	670 530	1 027	998
2004	536 116	533 595	516	120

Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.



## L'Afrique du Sud

L'Afrique du Sud devient le vingt-septième marché du Champagne en 2013. Avec 560.000 bouteilles, le marché est en croissance de 14,2% et a progressé de plus de 10% par an en moyenne depuis 2004.

Le chiffre d'affaires, de 11,4 millions d'euros, augmente de 6,9%. Les maisons assurent plus de 95,3% des expéditions et 20,4% des cuvées expédiées sont rosées (pour 22,3% de la valeur) et 11,8% sont demi-sec (pour 11,3% de la valeur).

### Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Vignerons	Coopératives
2013	559 969	533 829	14 976	9 773
2012	490 541	455 846	29 089	4 440
2011	443 016	414 679	16 332	7 688
2010	384 043	368 401	9 453	681
2009	371 427	356 298	11 977	1 596
2008	437 671	414 876	17 852	4 376
2007	484 112	451 700	22 146	9 603
2006	459 724	419 366	33 319	6 184
2005	288 981	251 962	27 954	8 505
2004	231 260	209 473	14 419	7 122

Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.



## La Corée du Sud

Quasiment ex-aequo avec l'Afrique du Sud, la Corée du Sud dépasse 500.000 bouteilles pour la deuxième année consécutive et augmente de 4,7% à 560.000 bouteilles. En 10 ans, ce marché a progressé de plus de 13% par an.

En 2013, il est le vingt-huitième marché du Champagne. Son chiffre d'affaires s'élève à 10,1 millions d'euros (+8,6%). Les cuvées de prestige constituent près de 25% du chiffre d'affaires de ce marché.

### Évolution des expéditions (en bouteilles de 75 cl)

	Total	Maisons	Vignerons	Coopératives
2013	557 131	540 450	14 368	1 261
2012	531 886	517 020	10 648	2 937
2011	481 293	470 697	7 734	2 586
2010	365 959	353 958	9 000	2 663
2009	270 204	260 368	5 814	3 283
2008	452 978	439 539	7 000	5 876
2007	378 300	374 078	2 034	1 447
2006	255 671	253 312	804	901
2005	216 935	213 816	738	2 181
2004	182 770	181 861	108	678

Le total des expéditions indiqué pour chaque année comporte des bouteilles expédiées à partir de la France par des opérateurs non champenois.



## Classement des principaux marchés extérieurs

	Classement 2013	Evolution du rang 2012/20123	Evolution en volume en %	En millions de bouteilles de 75 cl.	
1	ROYAUME-UNI	→ -	-5,1%	30,79	
2	ÉTATS-UNIS	→ -	0,9%	17,85	
3	ALLEMAGNE	→ -	-1,6%	12,36	
4	JAPON	→ -	6,7%	9,67	
5	BELGIQUE	→ -	14,2%	9,53	
6	AUSTRALIE	→ +1	11,4%	6,02	
7	ITALIE	→ -1	-14,2%	5,36	
8	SUISSE	→ -	-4,1%	5,14	
9	ESPAGNE	→ -	-1,9%	3,07	
10	SUÈDE	→ -	7,6%	2,50	
11	PAYS-BAS	→ -	-12,7%	2,01	
12	ÉMIRATS ARABES UNIS	→ +3	12,1%	1,69	
13	CANADA	→ -	-0,8%	1,69	
14	HONG-KONG	→ -	4,1%	1,65	
15	CHINE	→ -3	-18,4%	1,63	
16	RUSSIE	→ -	4,0%	1,54	
17	SINGAPOUR	→ -	-6,5%	1,36	
18	AUTRICHE	→ -	0,9%	1,29	
19	MEXIQUE	→ +4	31,2%	1,14	
20	DANEMARK	→ -1	12,6%	1,14	
21	BRÉSIL	→ -1	-0,5%	0,98	
22	FINLANDE	→ -1	1,2%	0,89	
23	NORVÈGE	→ +1	2,1%	0,79	
24	NIGÉRIA	→ -2	-14,4%	0,75	
25	LUXEMBOURG	→ -	-4,1%	0,64	
26	PORTUGAL	→ -	5,7%	0,59	
27	AFRIQUE DU SUD	→ +1	14,2%	0,56	
28	CORÉE DU SUD	→ -1	4,7%	0,56	
29	IRLANDE	→ -	-15,1%	0,42	
30	NOUVELLE-ZÉLANDE	→ +5	25,6%	0,39	

10 20 30 Millions



## Le détail des expéditions hors de la France métropolitaine

Volumes en bouteilles de 75 cl et valeurs en euros.	2013		2012	2011	2010
	volumes	valeurs	volumes		
<b>EUROPE</b>					
ALBANIE	7 827	198 747	11 576	12 180	13 439
ALLEMAGNE	12 362 568	182 684 379	12 560 386	14 202 834	13 089 241
ANDORRE	53 981	996 576	61 366	69 228	80 036
AUTRICHE	1 293 001	25 340 589	1 281 565	1 189 595	1 109 506
BÉLARUS	46 483	1 097 013	28 406	31 028	12 390
BELGIQUE	9 525 304	138 523 705	8 344 350	9 558 984	8 807 160
BOSNIE-HERZÉGOVINE	5 964	159 695	3 738	2 442	2 352
BULGARIE	49 594	1 166 894	39 670	36 327	35 204
CEUTA	3 486	71 288	1 938		
CHYPRE	78 119	1 628 000	102 360	105 571	108 025
CROATIE	59 367	1 492 090	59 472	34 988	26 557
DANEMARK	1 136 437	20 120 187	1 008 982	902 992	893 789
ESPAGNE	3 066 022	54 419 171	3 126 079	3 685 667	3 689 307
ESTONIE	171 536	3 705 141	139 099	105 185	81 418
FINLANDE	891 324	14 092 291	880 849	803 195	695 870
GIBRALTAR	6 548	140 273	6 674	4 953	4 585
GRÈCE	243 471	5 519 710	192 620	236 259	303 866
GUERNESEY	15 318	244 895	27 536	21 499	3 140
HONGRIE	50 657	1 248 883	42 128	40 809	32 812
ÎLES CANARIES	6 275	78 366	2 717	5 560	1 650
IRLANDE	415 604	7 059 992	489 257	471 931	421 142
ISLANDE	27 475	532 599	23 468	24 234	18 108
ITALIE	5 359 536	104 344 770	6 245 399	7 650 440	7 183 113
JERSEY	44 031	761 075	56 768	48 211	11 413
KOSOVO			684	354	120
LETTONIE	108 040	2 355 309	78 796	66 774	19 075
LIECHTENSTEIN	2 496	46 660	3 022	2 434	1 412
LITUANIE	99 188	1 848 990	77 758	53 728	40 101
LUXEMBOURG	644 590	10 098 209	672 095	645 417	697 840
MACÉDOINE	3 525	87 901	2 370	3 564	1 482
MALTE	75 491	1 631 503	57 129	58 008	51 641
MOLDAVIE	1 194	15 586	480	3 140	11 317
MONTÉNÉGRO	16 982	411 042	13 039	2 367	
NORVÈGE	788 110	13 795 633	771 546	791 076	685 943
PAYS-BAS	2 007 988	33 933 347	2 300 446	2 369 145	2 474 876
POLOGNE	265 784	4 078 008	220 829	176 831	152 867
PORTUGAL	587 233	11 288 117	555 457	536 154	461 594
ROUMANIE	162 291	3 292 462	176 271	144 731	133 332
ROYAUME-UNI	30 786 727	447 241 655	32 450 435	34 533 887	35 494 489
RUSSIE	1 539 299	31 977 675	1 480 032	1 342 393	1 078 214
SAINT-MARIN	3 395	53 935	4 788	5 197	4 311
SERBIE	30 621	642 576	33 601	7 523	4 048
SERCQ			300		
SLOVAQUIE	58 857	1 296 317	49 577	36 621	29 821
SLOVÉNIE	27 584	555 463	26 458	34 185	32 360
SUÈDE	2 495 188	39 272 958	2 317 991	2 422 312	2 271 714
SUISSE	5 137 664	91 366 080	5 355 492	5 685 394	5 496 962
TCHÈQUE, RÉPUBLIQUE	331 629	5 661 318	337 668	258 359	246 236
TURQUIE	178 804	4 177 243	189 944	186 710	141 207
UKRAINE	122 378	3 037 401	163 245	119 595	107 319



Volumes en bouteilles de 75 cl et valeurs en euros.	2013		2012	2011	2010
	volumes	valeurs	volumes		
<b>ASIE</b>					
AFGHANISTAN	24	-	120	462	
ARMÉNIE	3 003	92 614	6 445	2 504	1 902
AZERBAÏDJAN	1 516	43 768	6 884	3 192	2 160
BAHREÏN	12 464	256 956	13 512	30 710	28 638
BANGLADESH	330	5 901	120	606	1 320
BRUNÉI DARUSSALAM			258		
CAMBODGE	31 645	494 845	19 275	22 900	23 395
CHINE	1 633 146	24 390 461	2 000 203	1 317 297	1 103 764
CORÉE DU SUD	557 131	10 065 034	531 886	481 293	365 959
CORÉE DU NORD	3 184	47 751	90	1 080	102
ÉMIRATS ARABES UNIS	1 689 447	37 658 073	1 507 192	1 386 966	1 172 305
GÉORGIE	60 929	1 767 595	54 573	44 022	48 972
HONG-KONG	1 650 309	32 312 574	1 584 619	1 436 196	1 247 701
INDE	367 020	4 638 618	348 362	290 286	182 953
INDONÉSIE	86 900	1 800 181	76 848	71 835	48 246
IRAN	339	4 823	655	1 180	720
IRAQ	1 368	27 234	4 854	5 644	600
ISRAËL	75 727	1 810 999	72 157	64 880	62 349
JAPON	9 674 446	176 356 404	9 062 924	7 963 891	7 464 956
JORDANIE	7 914	174 550	9 204	15 923	15 926
KAZAKHSTAN	59 725	1 563 075	64 422	58 082	34 994
KIRGHIZISTAN	8 934	184 306	60	300	60
LAOS	7 544	127 487	6 134	3 975	4 508
LIBAN	186 977	3 805 051	227 998	199 152	191 916
MACAO	63 525	1 083 591	79 832	77 489	40 697
MALAISIE	328 559	5 567 668	266 148	265 969	184 258
MALDIVES	90 908	1 451 149	73 766	68 998	35 246
MONGOLIE	11 631	126 621	12 569	7 824	3 248
MYANMAR	2 173	37 239	7 291	2 844	710
NÉPAL	816	15 491	1 050	900	4 494
OMAN	5 952	116 342	7 641	5 969	4 668
OUZBÉKISTAN	25 458	554 025	18 069	12 282	4 584
PAKISTAN			66		
PHILIPPINES	95 795	1 496 847	75 590	61 511	35 857
QATAR	370 345	5 119 726	318 228	122 607	121 917
SINGAPOUR	1 358 769	23 574 501	1 453 152	1 451 000	1 207 120
SRI LANKA	15 821	239 849	22 892	11 086	14 192
SYRIE	888	18 612	864	2 376	14 130
TADJIKISTAN	42	777			
TAÏWAN	305 889	7 238 368	334 378	190 593	201 503
THAÏLANDE	201 108	4 851 705	208 620	222 997	135 801
TURKMÉNISTAN	522	9 403	96	744	180
VIET NAM	98 603	1 570 950	89 524	66 149	48 322
YÉMEN	36	-	56		12



Volumes en bouteilles de 75 cl et valeurs en euros.

	2013		2012	2011	2010
	volumes	valeurs	volumes		
<b>AMÉRIQUE</b>					
ANGUILLA	570	8 400	1 635	300	1 806
ANTIGUA-ET-BARBUDA	8 869	183 888	8 185	9 871	12 609
ANTILLES NÉERLANDAISES	45 516	525 615	40 898	69 243	86 567
ARGENTINE	106 381	2 641 402	194 204	126 214	62 998
BAHAMAS	48 340	1 068 252	48 127	25 239	29 493
BARBADE	75 605	1 442 282	52 731	44 817	61 608
BELIZE	264	4 257	762	210	667
BERMUDES	32 869	722 105	41 671	29 607	38 979
BOLIVIE	10 072	190 000	10 736	6 380	12 156
BONAIRE, SAINT-EUSTACHE ET SABA	186	2 316		300	
BRÉSIL	975 831	17 981 252	980 378	1 050 696	980 693
CAÏMANES, ÎLES	32 452	664 060	37 185	30 030	42 241
CANADA	1 685 683	41 501 951	1 698 613	1 589 384	1 411 119
CHILI	62 879	1 089 165	79 069	83 586	47 171
COLOMBIE	82 485	2 085 634	48 283	24 279	42 334
COSTA RICA	16 184	366 953	10 920	11 864	10 404
CUBA	1 129	24 479	1 022	20 646	25 349
DOMINICAINE, RÉPUBLIQUE	127 358	2 723 956	105 691	93 924	72 527
DOMINIQUE			120		
EL SALVADOR	3 904	128 086	2 019	6 948	2 569
ÉQUATEUR	1 473	27 139	7 371	7 632	5 109
ÉTATS-UNIS	17 853 267	372 805 931	17 689 054	19 369 573	16 934 773
GRENADE	2 616	51 527	905	906	1 494
GROENLAND	579	15 995	122	334	210
GUADELOUPE	1 341 789	17 165 466	1 487 017	1 548 655	1 663 731
GUATEMALA	7 689	232 853	5 815	5 037	4 969
GUYANA	486	12 727	517		2 880
GUYANE FRANÇAISE	360 309	4 593 203	277 094	348 367	328 803
HAÏTI	28 118	555 889	29 615	24 312	21 636
HONDURAS	1 674	42 005	2 865	1 740	1 400
ÎLES VIERGES BRITANNIQUES	16 492	332 033	14 958	15 986	18 774
ÎLES VIERGES DES ÉTATS-UNIS	21 856	508 340	22 903	25 594	21 849
JAMAÏQUE	20 148	448 411	18 885	14 186	15 986
MARTINIQUE	1 402 769	16 375 921	1 245 995	1 431 559	1 473 978
MEXIQUE	1 137 845	19 533 261	867 374	800 757	680 320
NICARAGUA	5 076	105 175	2 141	1 530	252
PANAMA	200 326	4 465 331	183 298	126 693	118 899
PARAGUAY	35 256	802 339	92 335	95 096	66 918
PÉROU	34 788	811 895	34 528	29 740	29 817
PORTO RICO	211 791	4 884 094	181 238	136 334	1 013
SAINT-BARTHÉLEMY	53 273	1 112 448	55 754	52 178	10 703
SAINTE-LUCIE	8 412	161 252	6 594	6 540	10 626
SAINT-KITTS-ET-NEVIS	2 550	53 197	1 780	1 976	2 802
SAINT-MARTIN	111 369	2 206 476	116 132	81 848	44 170
SAINT-PIERRE-ET-MIQUELON	9 222	107 099	7 908	6 062	6 403
SAINT-VINCENT-ET-LES GRENADINES	6 975	176 313	5 070	5 116	5 385
SURINAME	8 923	197 905	9 660	7 800	9 960
TRINITÉ-ET-TOBAGO	84 143	1 880 247	61 443	50 630	51 450
TURKS ET CAÏQUES, ÎLES	21 590	466 366	16 744	23 011	20 246
URUGUAY	24 182	549 813	79 664	57 067	57 609
VENEZUELA	63 973	1 376 774	69 304	58 589	31 397



	2013		2012	2011	2010
	volumes	valeurs	volumes		
<b>AFRIQUE</b>					
AFRIQUE DU SUD	559 969	11 431 009	490 541	443 016	384 043
ALGÉRIE	31 490	648 960	41 102	59 839	25 038
ANGOLA	252 923	5 454 461	141 050	88 187	85 828
BÉNIN	62 450	1 218 637	30 135	65 677	41 952
BURKINA FASO	62 278	1 061 515	43 048	45 251	58 988
BURUNDI			504	60	450
CAMEROUN	177 778	3 638 372	182 916	116 506	91 928
CAP-VERT	546	9 188	1 218	1 580	222
CENTRAFRICAINE, RÉPUBLIQUE	1 239	19 188	3 896	4 184	4 480
COMORES	107	1 630	406	393	252
CONGO, RÉPUBLIQUE POPULAIRE	228 164	4 360 098	183 907	187 024	150 543
CONGO, RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE	71 869	1 630 179	46 107	77 082	43 266
CÔTE D'IVOIRE	190 053	2 801 975	151 331	75 585	160 526
DJIBOUTI	6 234	97 227	6 676	7 731	6 138
ÉGYPTE	20 808	426 693	14 334	26 400	48 114
ÉRYTHRÉE	225	3 232		389	37
ÉTHIOPIE	37 053	561 235	32 628	32 531	22 680
GABON	208 052	3 614 193	195 015	223 081	144 854
GAMBIE	7 260	118 740	216		84
GHANA	143 821	3 204 618	120 963	101 324	99 164
GUINÉE	2 183	42 598	13 982	6 060	8 200
GUINÉE-BISSAU	72	1 433	696	300	270
GUINÉE ÉQUATORIALE	38 200	998 547	59 431	42 001	33 318
KENYA	18 251	423 672	16 558	66 793	19 978
LIBÉRIA	2 690	49 706	996	2 993	3 714
MADAGASCAR	11 130	183 811	18 661	24 158	11 390
MALI	11 266	241 355	6 742	29 079	19 390
MAROC	229 205	4 502 796	230 497	200 625	272 726
MAURICE	113 078	1 814 403	142 587	138 975	134 627
MAURITANIE	1 901	27 716	2 607	3 452	3 403
MAYOTTE	18 540	241 837	14 455	13 202	10 370
MOZAMBIQUE	546	6 294	13 986	7 711	492
NAMIBIE				252	
NIGER	2 492	36 553	6 300	2 652	3 195
NIGÉRIA	750 169	20 618 859	876 234	688 355	592 702
OUGANDA	252	4 381	1 036	1 451	1 230
RÉUNION	1 009 973	11 701 732	858 227	948 831	1 014 104
RWANDA	252	4 396	1 050		60
SAO TOMÉ-ET-PRINCIPE	30	449	408	392	384
SÉNÉGAL	52 814	726 024	59 272	79 742	56 151
SEYCHELLES	39 661	858 264	34 961	42 553	39 432
SIERRA LEONE	3 864	80 190	4 200	6 794	540
SOUDAN			720		60
SWAZILAND				1 812	
TANZANIE	1 866	43 177	2 562	1 506	1 794
TCHAD	5 829	98 881	10 058	5 158	4 332
TOGO	143 231	3 290 231	139 599	94 011	120 461
TUNISIE	15 270	328 376	12 140	20 068	33 737
ZAMBIE	248	4 488	632	120	330
ZIMBABWE	492	7 063	282	204	



Volumes en bouteilles de 75 cl et valeurs en euros.	2013		2012	2011	2010
	volumes	valeurs	volumes		
<b>OCEANIE</b>					
ANTARCTIQUE					120
AUSTRALIE	6 023 165	81 921 681	5 406 836	4 862 783	3 687 159
FIDJI	4 987	95 067	5 098	2 298	568
GUAM	300	5 783	918	5 964	8 794
NOUVELLE-CALÉDONIE	402 029	5 225 991	381 459	340 834	338 560
NOUVELLE-ZÉLANDE	387 827	5 673 899	308 813	335 231	281 390
PAPOUASIE-NOUVELLE-GUINÉE			222	354	156
POLYNÉSIE FRANÇAISE	136 585	1 941 134	149 633	148 909	160 663
TERRES AUSTRALES FRANÇAISES	432	5 556	484	438	420
VANUATU	5 220	107 497	4 878	3 934	2 187
WALLIS ET FUTUNA	2 046	31 241	4 828	3 810	4 266

<b>PROVISIONS DE BORD</b>					
PROVISIONS DE BORD	963 057	13 505 987	1 300 292	1 348 903	1 174 482

Provisions de bord : avitaillement fait en France aux compagnies aériennes, maritimes et boutiques hors taxes.



## TABLE DES MATIÈRES

Le monde .....	3
Focus sur les qualités de Champagne .....	4
La France métropolitaine .....	7
Les ventes dans la grande distribution en France .....	8
L'Union européenne .....	11
Les pays tiers .....	13
Le Royaume-Uni .....	15
Les États-Unis d'Amérique .....	17
L'Allemagne .....	19
Le Japon .....	21
La carte des expéditions de Champagne dans le monde en 2013 .....	22
La Belgique .....	25
Les achats dans la grande distribution en Belgique .....	26
L'Australie .....	29
L'Italie .....	31
La Suisse .....	33
L'Espagne .....	35
La Suède .....	37
Les Pays-Bas • Le Canada .....	39
Quelques pays dynamiques .....	40
Classement des principaux marchés extérieurs .....	42
Le détail des expéditions hors de la France métropolitaine .....	43



V I G N E R O N S   E T   M A I S O N S



**COMITÉ  
INTERPROFESSIONNEL  
DU VIN  
DE CHAMPAGNE**

5, rue Henri-Martin  
CS 30 135  
51204 Epernay cedex  
France

TÉL : 03 26 51 19 30  
FAX : 03 26 55 19 79

[info@champagne.fr](mailto:info@champagne.fr)  
[www.champagne.fr](http://www.champagne.fr)