

« Révolution » dans la consommation du vin et ses effets sur le marché international du liège

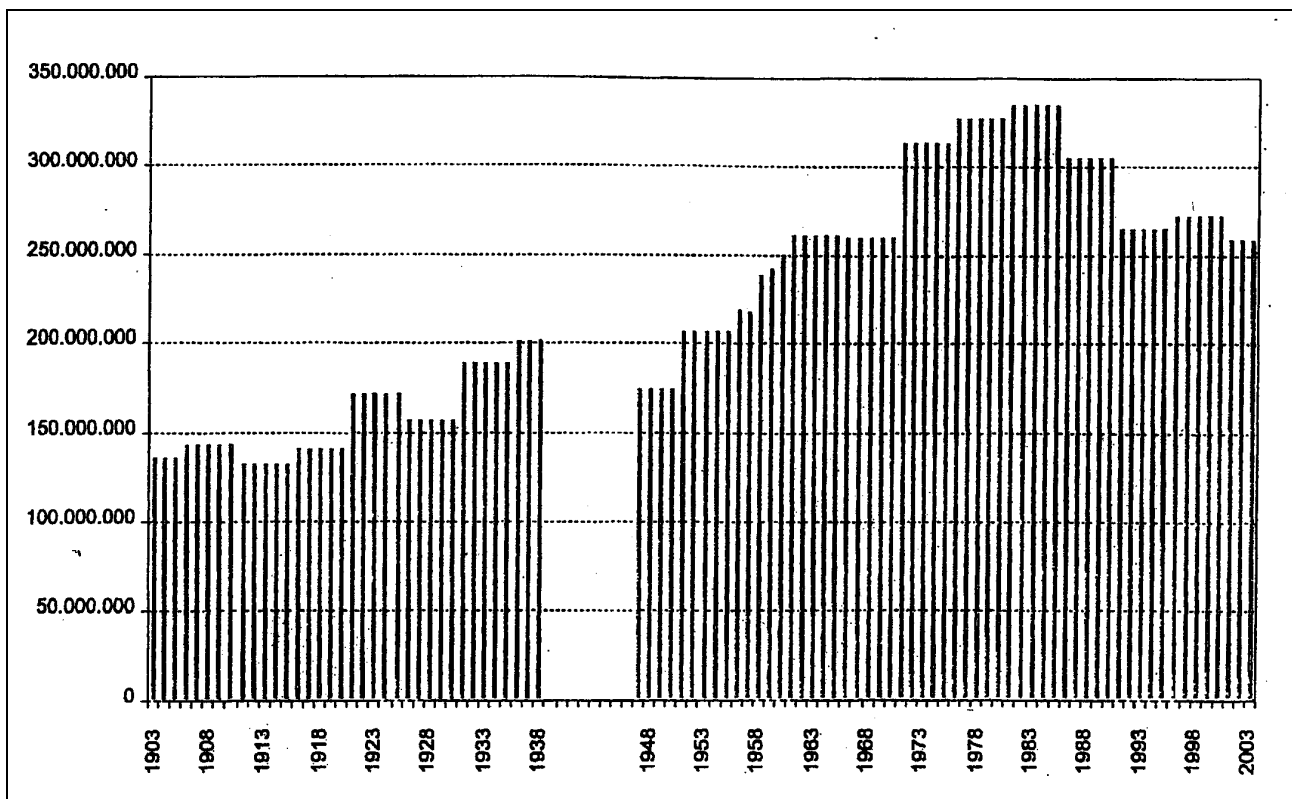
Santiago Zapata Blanco

Université d'Estrémadure
Faculté des Sciences Économiques et Entrepreneuriales
Avenida de Elvas, s/n
06071 BADAJOZ (Espagne)
santiago.zapata.blanco@hotmail.com



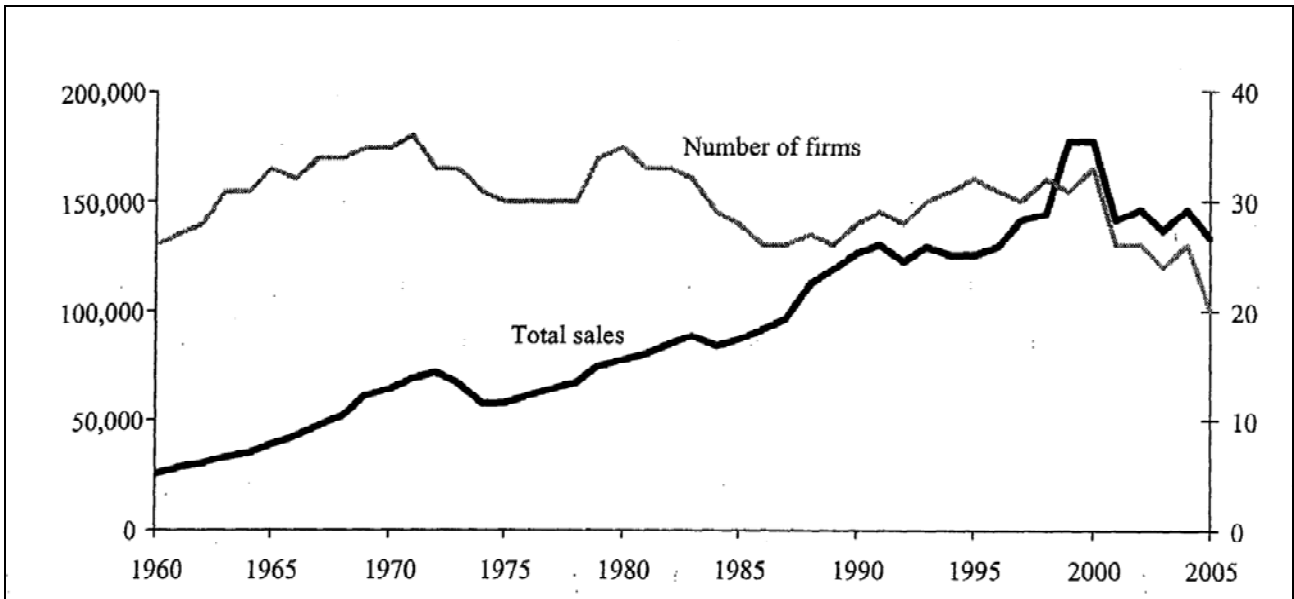
1. Evolution du marché du vin dans le monde depuis la décennie 1960 a. Changements au niveau de l'offre

Production mondiale de vin, 1903-2003 (hl) (moyennes quinquennales)



Source : Pan-Montojo (2005), p. 323

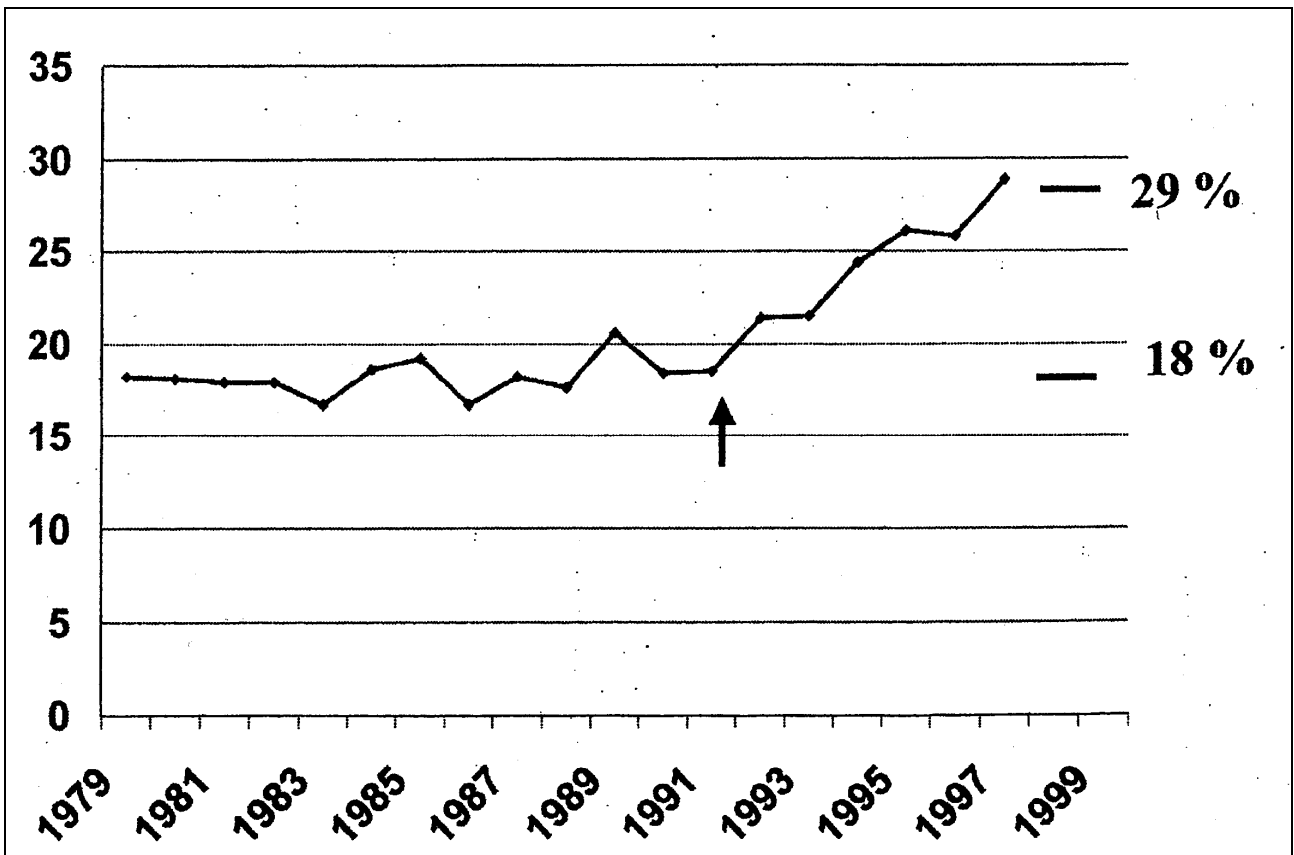
*Evolution des ventes des multinationales leaders dans les boissons alcooliques
(ventes en millions de USD de 2000)*



Source : Lopes (2007), p. 59.

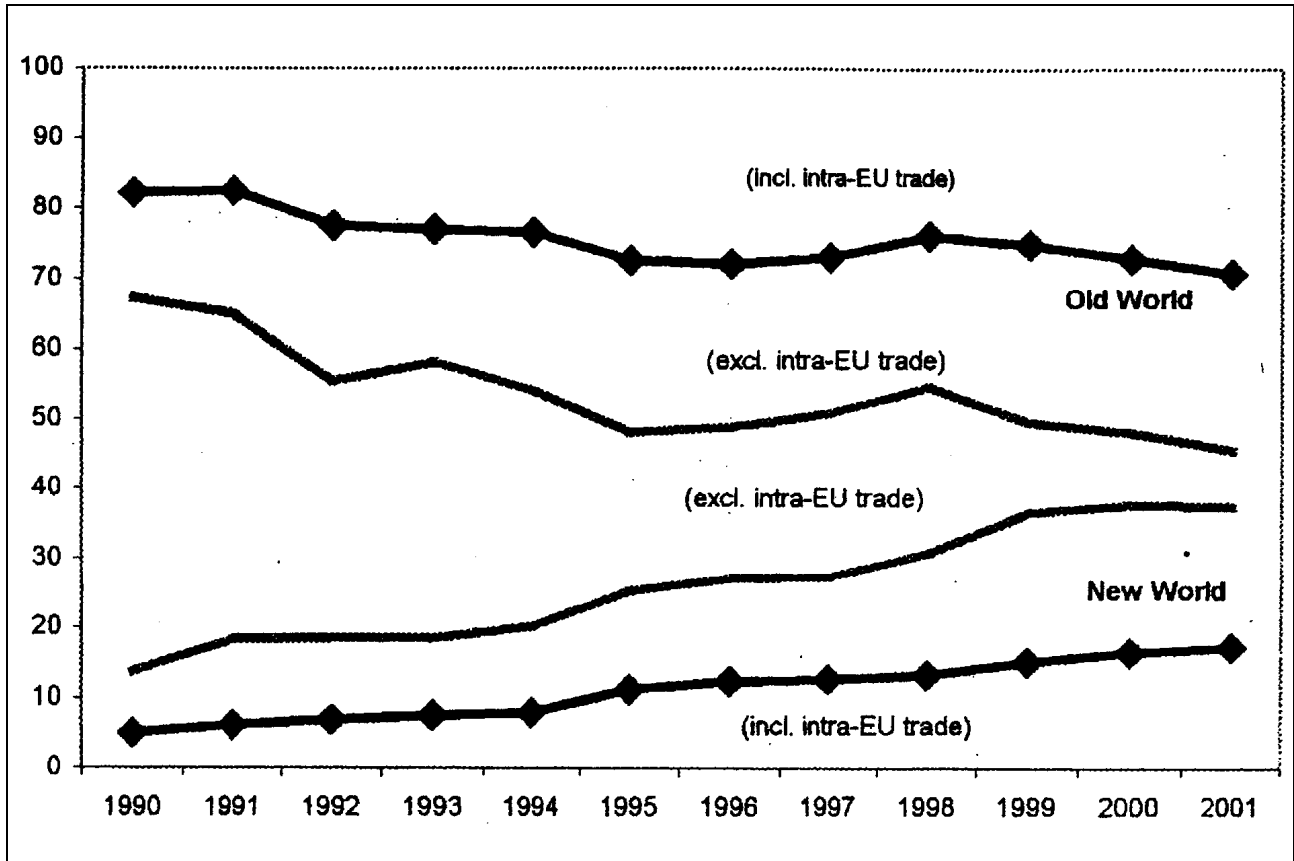
b. Changements au niveau de la demande

Exportations par rapport à consommations mondiales (%)



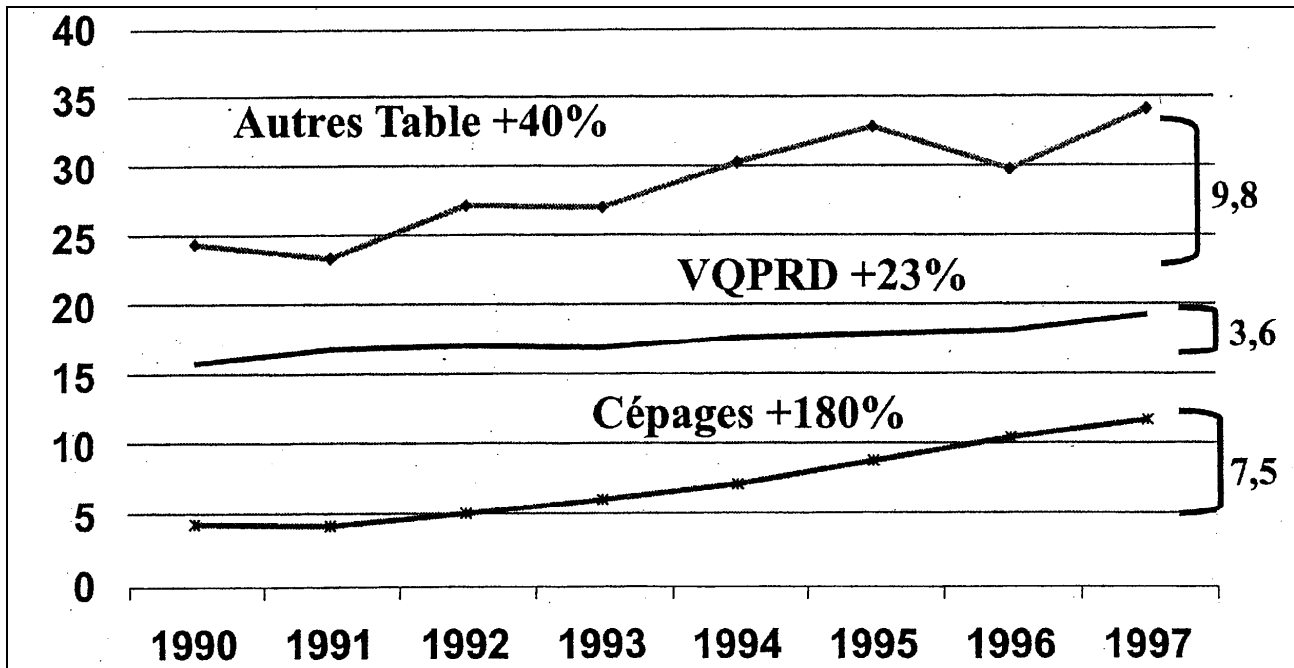
Source : Montaigne y Martín (2001), p. 114.

Old World and New World shares of value of global exports, 1990-2001



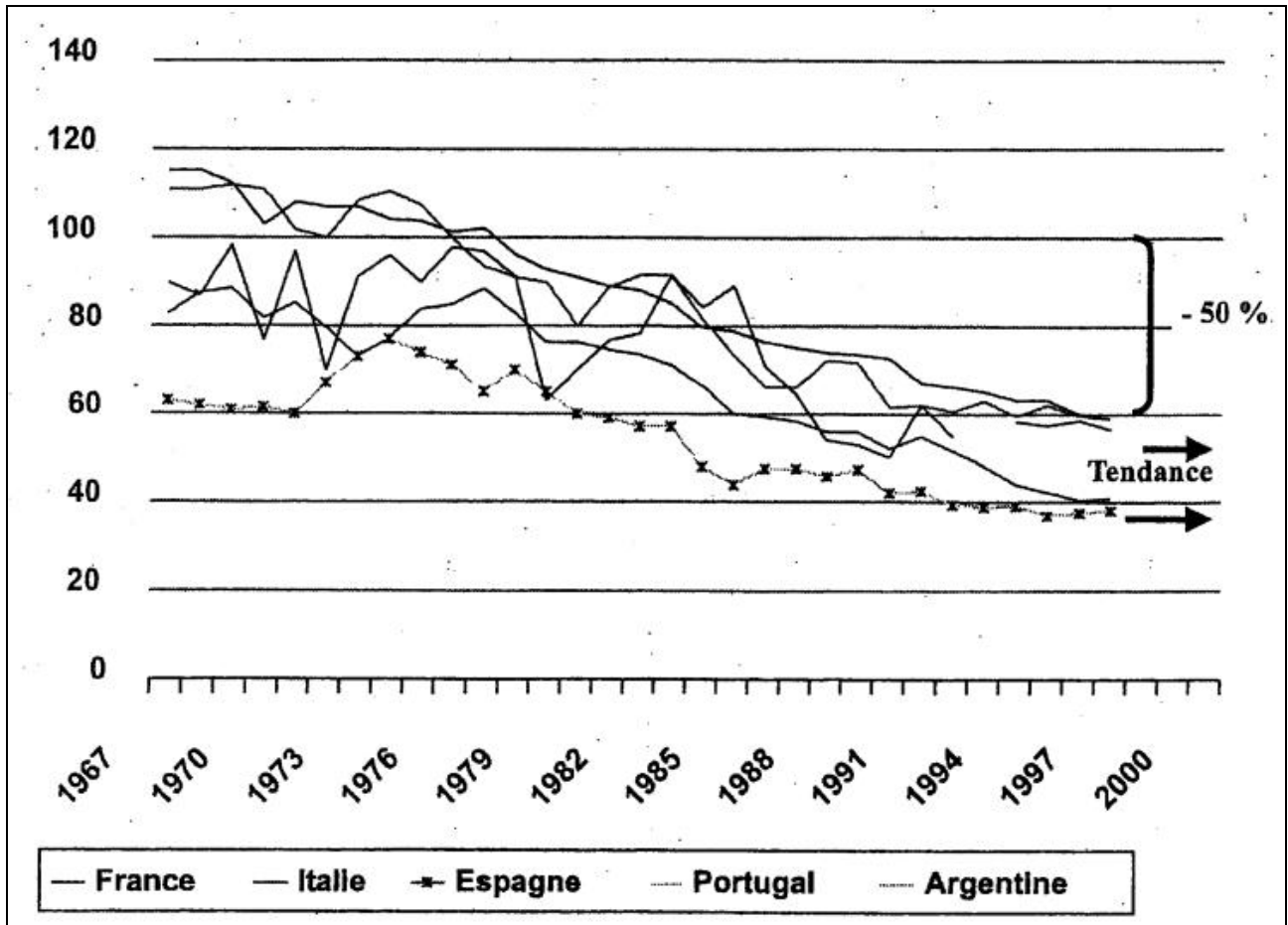
Source : Anderson, Norman and Wittwer (2004), p. 20.

Exportations mondiales par types de vins, 1990-1997 (mill. hl.)



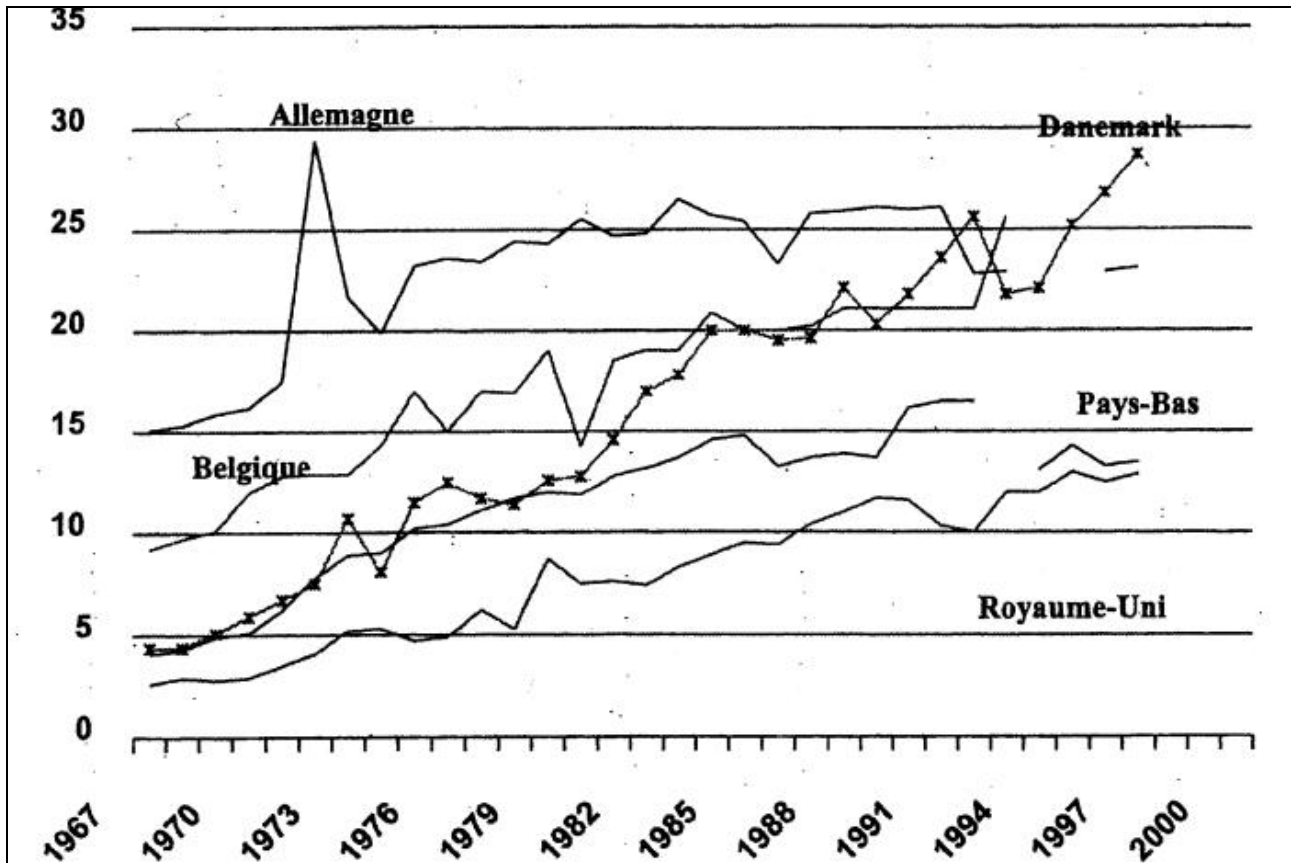
Source : Montaigne y Martín (2001), p. 133.

Consommation individuelle de vin dans les pays producteurs traditionnels, 1967-1997 (l/pers./an)



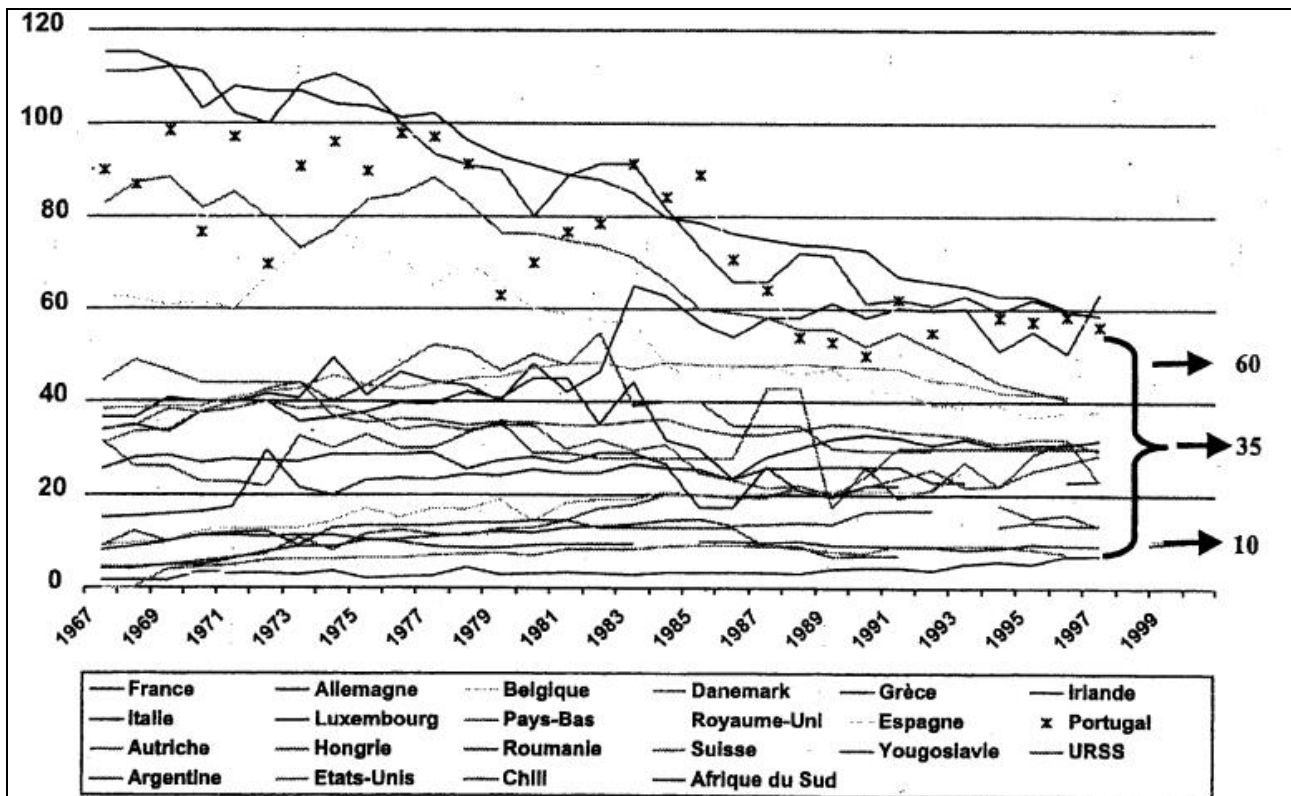
Source : Montaigne y Martín (2001), p. 128.

Consommation individuelle de vin dans l'Europe du Nord, 1967-1997 (l/pers./an)



Source : Montaigne y Martín (2001), p. 129.

Consommation individuelle de vin dans le monde (22 pays), 1967-1997 (l/pers./an)



Source : Montaigne y Martín (2001), p. 131.

Fréquence de la consommation de vin en France, 1980-2010
(Pourcentages sur le total des personnes de 15 ans et plus)

	<i>REG</i>	<i>OCCA</i>	<i>CONS</i>	<i>Non-CONS</i>	<i>TOTAL</i>
1980	51	30	81	19	100
1985	42	32	74	26	100
1990	30	37	67	33	100
1995	28	41	69	31	100
2000	24	43	67	33	100
2005	21	41	62	38	100
2010 (a)	17	45	62	38	100

REG = Consommateur régulier = consomme du vin tous les jours ou presque.

OCCA = Consommateur occasionnel = consomme du vin entre un ou deux jours par semaine et une fois par mois.

CONS = Consommateur de vin = REG + OCCA.

Non-CONS = Non consommateur de vin.

TOTAL = Personnes de 15 ans et plus = CONS + Non-CONS.

(a) = Prévisions obtenues avec une précision de ± 4 points avec un modèle économétrique (Laporte (2002), p. 10)

Source : Viniflor (2007) (Source originale : enquête d'ONIVINS-INRA)

Fréquence de la consommation du vin en France par sexe, 1980-2005
(Pourcentage sur le total des personnes de 15 ans et plus de chaque sexe)

	<i>REG</i>		<i>OCCA</i>		<i>CONS (a)</i>		<i>Non-CONS</i>	
	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>
1980	69	37	22	37	91	74	9	26
1985	50	26	29	35	79	61	21	39
1990	44	17	34	40	78	57	22	43
1995	40	17	39	44	79	61	21	39
2000	36	13	40	47	76	60	24	40
2005	30	12	41	41	71	53	29	47

REG = Consommateur régulier = consomme du vin tous les jours ou presque.

OCCA = Consommateur occasionnel = consomme du vin entre un ou deux jours par semaine et une fois par mois.

CONS = Consommateur de vin = REG + OCCA.

Non-CONS = Non consommateur de vin.

(a) Consommation en 2000 : 1 homme = 3,3 femmes [(Anonyme) (2001), p.9] :

- ✓ Hommes : 96 litres/personne/an
- ✓ Femme : 29 litres/personne/an

Sources : Viniflor (2007) (Source originale : enquête d'ONIVINS-INRA) ; Laporte (2002), p. 10.

Caractéristiques des consommateurs réguliers et occasionnels de vin en France, 1980-2005

<i>Caractéristiques</i>	<i>Réguliers</i>	<i>Occasionnels</i>
Sexe	Principalement hommes	Majorité de femmes
Âge	Plus de 45 ans	Entre 25 et 50 ans
Principal type de vin	Vins de table	Vins AOC, VQPRD...
Part de la consommation totale de vin	75 %	25 %
Litres/personne/an en 1995-2000 (a)	~ 200 (a)	~ 35 (a)

(a) 1 consommateur régulier ≈ 6 consommateurs occasionnels.

Sources : Boulet et Laporte (1997) ; (Anonyme) (2001), p. 9 ; Laporte (2002), pp. 4-5 ; Onivins (2004), p. 22.

La « révolution » de la consommation de vin dans le monde

<i>Zones</i>	<i>Fin XIX^e siècle à décennie 1960</i>	<i>Décennies 1960 et 1970</i>	<i>Depuis décennie 1980</i>
Producteurs méditerranéens (a)	Élément quotidien de la diète	Réduction de la consommation par personne	CONVERGENCE vers MODÈLE CÉLÉBRATION
Europe et Amérique non productrices	Célébration	Augmentation de la consommation par personne	
Autres pays développés	Autre boisson alcoolique	Tendance vers célébration	

(a) France, Italie, Espagne et Portugal.

Source : D'après Pan-Montojo (2005), pp. 323-326

c) Deux économies du vin, deux modèles de marché

« Etant donnée que la demande des vins premium à bon marché a augmenté, en s'éloignant des vins en tetrabrick, les producteurs de l'ancien monde (c'est à dire l'Europe) se sont obligés à changer la manière d'agir face à leur avenir, ce qui a déclenché de fortes batailles commerciales et bureaucratiques »

[Anderson (2004 b)]

« Sur le marché mondial du vin, une dichotomie semble exister, non seulement entre les pays producteurs traditionnels et les nouveaux pays producteurs [...], mais aussi entre une offre basée sur les produits d'appellation d'origine contrôlée et une offre basée sur les vins de cépage. »

[Coelho et Rastoin (2004), p. 20]

2. Effets sur le marché du liège (tendances probables)

Changements dans l'offre et la demande de vin dans le monde et leurs effets sur la demande de bouchages et récipients, la demande de liège cru et sur la sylviculture des suberaies (tendances probables) [Version préliminaire] ()*

CHANGEMENTS dans l'OFFRE et la DEMANDE de VIN	Effets sur la demande		Effets sur la sylviculture des suberaies
	Bouchages et récipients	Liège cru	
DANS la QUANTITÉ ↓ production mondiale ↓ consommation mondiale [↑ % vin en bouteille]	Quantités demandées ↓ Bln ≈ ↓ Blnag ≈ ↓ Remp [Bln ≈ Blnag ≈ Remp]	Quantités demandées ↓ Lc hautes ≈ ↓ Lc basses [Lc hautes ≈ Lc basses]	SANS stimulant pour améliorer
DANS l'ESPACE <ul style="list-style-type: none"> • ↓ % Vieux Monde dans prod° et conso° mondiales • ↓ % petites entreprises et coopératives • ↓ % production « artisanale » • ↓ % X d'Europe méditerranéenne dans les X mondiales • ↑ % Nouveau Monde dans prod° et conso° mondiales • ↑ % grandes entreprises (multinationales) • ↑ % prod° industrielle (écon. d'échelle et diversificat°) • ↑ % X du Nouveau Monde dans les X mondiales 	Composition de la demande ↓ % Bln ↑ % Blnag ≤ ↑ % Remp	Composition de la demande ↓ % Lc hautes ↑ % Lc basses	SANS stimulant pour améliorer
CONSOMMATION : Convergence modèle célébration ↓ % consommateurs réguliers ↑ % consommateurs occasionnels ↑ % vins de qualité (VQPRD, cépages, etc.)	Composition de la demande ↓ % Bln ↑ % Blnag ≈ ↑ % Remp	Composition de la demande ↓ % Lc hautes ↑ % Lc basses	SANS stimulant pour améliorer

↓ : Réduction.

↑ : Augmentation.

X : Exportations.

Blnag = Bouchons de liège naturel de basses qualités et bouchons de liège aggloméré (inclus ceux de « nouvelle génération » tels que DIAM).

Bln = Bouchons de liège naturel de hautes qualités et de qualités moyennes.

Lc = Liège cru.

Lc hautes = Liège cru de hautes qualités.

Lc basses = Liège cru de basses qualités.

Remp = Bouchages remplaçant le liège (synthétiques, métalliques à vis, en verre, etc.) dans les bouteilles en verre ou récipient différents à bouteille en verre.

(*) **SUPPOSITIONS** sur lesquelles on fonde l'identification des « tendances probables » :

DEFINITION du producteur (consommateur) :

- Producteur (consommateur) traditionnel = producteur (consommateur) des pays producteurs traditionnels (France, Italie, Espagne et Portugal) ;
- Producteur (consommateur) nouveau = producteur (consommateur) de nouveaux pays producteurs et d'autres pays importateurs nets de vin avec une récente augmentation dans sa consommation.

DEFINITION de « tendance probable »

- « Tendance probable » = hypothèse sur l'existence ou la non existence de l'effet considéré à moyen terme ou à long terme, mais sans aucune quantification de cet effet.

PREFERENCE du producteur (consommateur) par rapport au bouchage et au contenant :

- PREFERENCE du producteur (consommateur) traditionnel par **Bln** \geq producteur (consommateur) nouveau par **Bln** ;
- PREFERENCE du producteur (consommateur) traditionnel par **Blnag** \approx producteur (consommateur) nouveau par **Blnag** ;
- PREFERENCE du producteur (consommateur) traditionnel par **Remp** \leq producteur (consommateur) nouveau par **Remp** ;

RAPPORT entre la demande de bouchage et de contenant et la demande en liège cru :

- Augmentation (réduction) de la demande de **Bln** \Rightarrow Augmentation (réduction) de la demande de **Lc de haute qualité** ;
- Augmentation (réduction) de la demande de **Blnag** \Rightarrow Augmentation (réduction) de la demande de **Lc de basse qualité** ;
- Augmentation (réduction) de la demande de **Remp** \Rightarrow Réduction (augmentation) de la demande de **Lc de haute et basse qualité** ;

RAPPORT entre la demande de liège cru et les stimulants pour améliorer les pratiques sylvicoles dans les suberaies :

- Augmentation (réduction) de la demande de **Lc de haute qualité** \Rightarrow Existence (non existence) de stimulants pour améliorer la gestion sylvicole des suberaies ;
- Augmentation ou réduction de la demande de **Lc de basse qualité** \Rightarrow Non existence de stimulants pour améliorer la gestion sylvicole des suberaies.

Références bibliographiques

- (Anonyme) (2001) : "Enquête ONIVINS INRA 2000. Les occasions de consommation du vin, la segmentation et l'évolution du marché intérieur des vins tranquilles", ONIVINS-Infos, 84. (Version résumée prise sur http://www.onivins.fr/EspacePro/Economie/PointSur_section1.asp?Section=1 en avril 2008).
- Anderson, Kym (2004b) : "El vino del Mundo Nuevo", Foreign Policy, (Edition Espagnole, n° de Février-Mars). (Pris sur <http://www.fp-es.org> en avril 2007).
- Anderson, Kym ; Norman, David & Wittwer, Glyn (2004) : "The global picture", in Anderson, Kym (ed.), The World's Wine Markets. Globalization at Work, Cheltenham, Edward Elgar, pp. 14-55.
- Boulet, D. & Laporte, J.-P. (1997) : "Les comportements de consommation de vin en France", INRA. Sciences Sociales, 3. (Pris sur <http://www.inra.fr/internet/Departements/ESR/publications/iss/pdf/iss97-3.pdf> en avril de 2008).
- Coelho, A. M. Jesús O. & Rastoin, Jean-L. (2001) : "Globalisation du marché du vin et stratégies d'entreprise", Économie Rurale, 264-265, pp. 16-34.
- Laporte, J.-P. (2002) : "Diversité des comportements individuels de consommation de vin en France et scénarios d'évolution du marché", ONIVINS-Infos, 93. (Version résumée prise sur http://www.onivins.fr/EspacePro/Economie/PointSur_section1.asp?Section=1 en avril 2008).
- Lopes, Teresa S. (2007) : Global Brands. The Evolution of Multinationals in Alcoholic Beverages, Cambridge, Cambridge University Press.
- Montaigne, Etienne & Martín, Guillermo (2001) : "Les tendances du marché mondial des vins de qualité", in Olmeda Fernández, Miguel & Castillo Valero, Juan S. (coords.), La mundialización de la agricultura, Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 103-136.
- ONIVINS (2004) : Faits et chiffres. 2004, Paris.
- Pan-Montojo, Juan (2005) : "La vitivinicultura en el siglo XX: una perspectiva desde el Mediterráneo", in Nadal, Jordi & Parejo, Antonio (coords.), Mediterráneo e Historia Económica, Almería, Cajamar, pp. 313-328.
- VINIFLHOR (2007) : "Évolution de la fréquence individuelle de consommation de vin en France", (Pris sur <http://www.onivins.fr/EspacePro/Economie/StatistiquesRubrique.asp?Section=4> en avril 2008).

Abréviations

AOC : Appellation d'Origine Contrôlée

CEE : Communauté Économique Européenne

EU : European Union

INRA : Institut National de la Recherche Agronomique

INSERM : Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale

ONIFLHOR : Office National Interprofessionnel des Fruits, des Légumes et de l'Horticulture

ONIVINS : Office National Interprofessionnel des Vins

UE : Union Européenne

VINIFLHOR : Office National Interprofessionnel des Fruits, des Légumes, des Vins et de l'Horticulture (a)

VQPRD : Vin de Qualité Provenant de Régions Déterminées (b)

(a) Résultat de l'union, le 30 décembre 2005, de ONIFLHOR y ONIVINS.

(b) Classification européenne, regroupant les AOC y VDQS (France), les DOC y DOCG (Italie), les DO (Espagne) et les Qualitätswein (Allemagne).