Commerce international du vin

1. Situation géographique et climatique

Principales régions viticoles du monde :

* Entre 30 et 45° latitude Sud et entre 30 et 50 degrés latitude Nord. Températures moyennes entre 10 et 20°.
* Peu gel (hiver), étés chauds et secs.

⟹ Raisins mûrissent, ++ sucre et arômes

PB : réchauffement climatique ajd

⟹ vigne s’étend → zones + froides → pôles.

⟹ Scénario + pessimiste : vigne se déplacerait de 1000 km dans hémisphère nord et de 500 km au sud

⟹ Bouleversement d’un secteur éco. de +100MMM $ /an dans monde.

1. Flux de ventes & consommation (2016)

Flux de ventes :

* Europe (1er exportateur mondial) \* →→→ Amérique du Nord & Asie
* Chili (4e exp.) & Australie (5e exp.) →→→ Europe, Am. Du Nord, Asie
* Afrique Sud (6e) & USA (7e) : bcp exports

\*Europe = 1er exportateur en volume et valeur, avec les 3 leaders mondiaux = France, Italie, Espagne.

2000 -2016 :

* ↑↑ 150% valeurs exportat° : 12→29MMM $.

≠stagnat° prod. vin : 267 millions d’hectolitres (2016).

⟹Niveau mondial, conso – mais vente ++ et prix ++

* Bcp changements conso vin
  + Vert = pays où conso a ↓

*Ex :Français boivent de - en - vin quotidiennt : conso individuelle passée de ???*

* + Exigence ajd = ++ qualité.
  + Jaune = pays où conso a ↑
  + Orange = pays où conso a ↑↑

*Ex : Chine :* arrivée classe moyenne urbanisée ⟹ vin = aisance et goût.

* + Pays émergents : vin = marqueur social.

1. Types de production
   * 1. France

* Emblématique du modèle européen = vins de terroir.
* Grande variété climats et sols français = uniques dans le monde ⟹ chaque vin a caractéristiques spécifiques.
* Politique AOC, ajd= AOP ( ???) = rouge sur carte.
* Prestige grands crus + marketing

⟹ réputation + FR = 1er exportateur vin dans le monde (en valeur)

* + 1. Australie
* Superficie vignoble : x2 en 20 ans.
* AUS = un principaux acteurs vins de cépage du Nouveau Monde avec Chili, Californie et Afrique du Sud
* Vins : goût standardisé ⟹ satisfaire clientèle mondiale.
* PB : recours massif à irrigation (↔ récentes sécheresses)

⟹ pollut° et salinisat° eaux

⟹ abaissemt niveau nappes phréatiques.

* 60 % récolte = exportée
* État aus. soutient secteur stratégique de son éco avec aides fiscales.

⤷ dénonce les AOP françaises comme atteinte à libre concurrence

Comme ts grands pays producteurs, Français et Australiens : guerre commerciale pr Chine

* + 1. Chine
* 2e vignoble monde
* Qualité encore médiocre mais améliorat°
* Marketing efficace

*Ex : Himalaya : groupe LVMH ( ???) produit Cabernet-Sauvignon = Ao Yun (« voler au-dessus des nuages » en mandarin), 300€ / bouteille. 4 villages prod :*

* Engouement chinois profite aux producteurs monde entier et recentre géographie vin sur Asie.

→ Importat° chinoises vin 2016 : nvx débouchés pour grands producteurs (FR, Chili, AUS, ESP, ITA, A.d.S, USA) et pour petites mais anciennes nations vinicoles (Géorgie, Moldavie, etc.)

* Investisseurs chinois = actifs → achètent vignes à l’étranger ⟹ limitent importat°