

Fiche sectorielle



Vitivinicole

Chambre de Commerce et d'Industrie Franco Chilienne

Marchant Pereira 201 Of.701 Providencia CHILI
www.camarafrancochilena.cl



Janvier 2018 - Service Commercial



APERÇU DU MARCHÉ VITIVINICOLE

Le Chili occupe une position concurrentielle dans les secteurs de la vitiviniculture. En 2015, le pays a progressé du 9ème au 6ème rang des plus gros producteurs mondiaux de vin, en passant devant l'Australie, l'Afrique du Sud et la Chine. Le volume de production a atteint 1.290 millions de litres, soit une augmentation de 28% par rapport à 2014.

Le secteur vitivinicole¹ représente environ 1% du PIB chilien et sa progression est régulière depuis 2010. Le Chili est très largement auto-suffisant puisqu'en 2015 sa production représente plus de 4 fois la consommation nationale. Une énorme partie de cette production est donc dédiée à l'exportation.

Le vignoble chilien date du XVIème siècle et s'est développé rapidement grâce aux conditions climatiques particulièrement favorables et à la géographie du pays. Le climat de type méditerranéen qui résulte de la forte proximité du courant marin froid de Humboldt et de la chaîne des Andes, qui culminent à près de 6 960 m avec l'Aconcagua, les précipitations concentrées lors de la période hivernale, la longue saison sèche débutant à la fin du printemps, l'amplitude thermique élevée, avec des températures supérieures à 30°C le jour et de 15 à 20°C la nuit durant les mois d'été, l'ensoleillement important et l'humidité qui varie de 55 à 60 %, sont autant d'éléments qui favorisent l'activité de photosynthèse et aboutissent à des conditions idéales pour la maturation et la constitution de grappes homogènes.

D'après l'Organisation internationale de la vigne et du vin, le vignoble chilien a augmenté de plus de 40% en 10 ans et a atteint en 2015 une superficie de plus de 211.000 hectares.

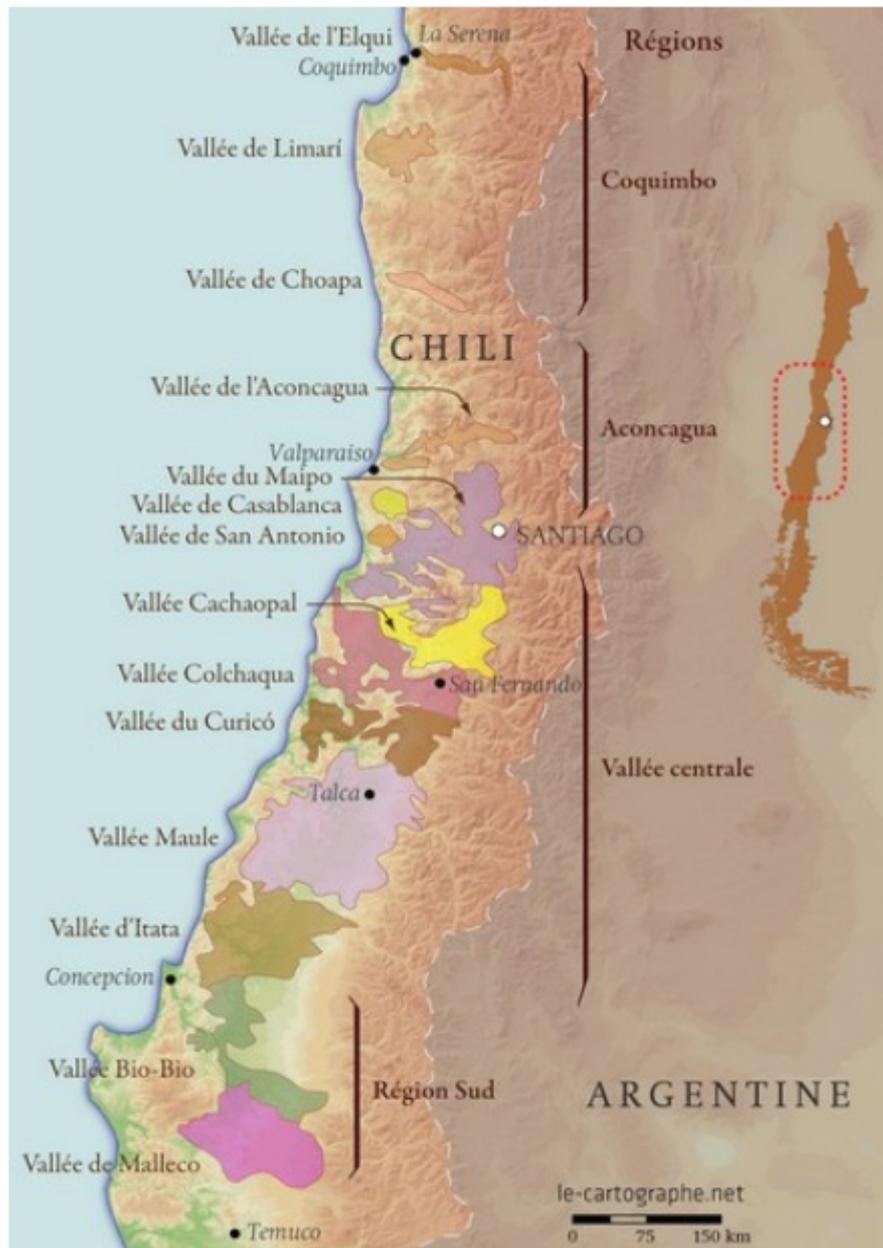
La majeure partie de la production provient de la Región del Maule, de la Región del Libertador General Bernardo O'Higgins ainsi que de la région métropolitaine de Santiago. Ces trois régions représentent près de 90% du total national.

¹ Viticole : renvoie à la vigne, donc à la production du raisin. On parle de viticulteurs. L'origine de ce mot vient du latin vitis vinifera : vitis pour la vigne, et vinifera pour la variété de vigne qui sert à produire du vin.

Vinicole : renvoie au vin, donc à tous les autres aspects qui ont lieu après la récolte, dont la vinification, l'élevage, la commercialisation et la dégustation.



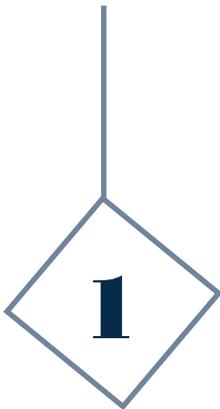
Cartographie du vignoble chilien



Source : Le Cartographe

Cet important terroir viticole trouve son identité dans de grandes vallées nées de l'effondrement des Andes dont les sols, relativement pauvres, sont un mélange d'argile, de pierres et de cailloux roulés.



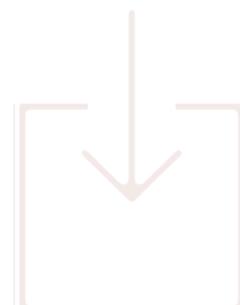


1 Importations

Le Chili importe encore peu de vin en volume, mais de plus en plus chaque année, signe d'une augmentation de l'attrait des consommateurs pour le vin, malgré un marché très achalandé par l'importante production locale. En 2015, les importations de vin se sont élevées à 2,41 millions de litres pour une valeur de 11,55 millions USD soit une augmentation de plus de 41,8% sur 2014.

Entre 2013 et 2015, les importations ont augmenté de 10% en volume et de plus de 40% en valeur, signe que les vins importés sont de meilleure qualité, se vendant plus chers sur le marché, l'augmentation en volume étant moins importante que celle en valeur.

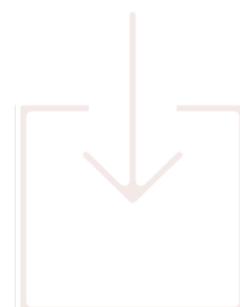
Les vins effervescents représentaient la plus grande partie des importations chiliennes de vin en 2015 (75,1% du volume importé et 74,2% de la valeur totale des importations). Les vins embouteillés représentaient, quant à eux, 22% du volume de vin importé, et près de 24,9% de la valeur de ces importations. Quant aux vins en vrac ils n'ont représenté que 2,9% des volumes.



EVOLUTION DES IMPORTATIONS DE VIN

	2013	2014	2015
Total	8,23	9,23	11,55
• Valeur (millions USD)	2,19	1,70	2,41
• Volume (millions litres)			
Vins tranquilles embouteillés	1,78	2,49	2,88
• Valeur (millions USD)	0,28	0,59	0,53
• Volume (millions litres)			
Vins tranquilles en vrac	0,01	0,01	0,07
• Valeur (millions USD)	n/a	n/a	0,07
• Volume (millions litres)			
Vins effervescents	6,41	6,72	8,57
• Valeur (millions USD)	1,91	1,11	1,81
• Volume (millions litres)			

En 2015, l'Argentine était le premier fournisseur de vin du Chili aussi bien en valeur (47,3% des parts de marché), qu'en volume (46,5% des parts de marché). Parmi le Top 5 des principaux fournisseurs en vin du Chili, nous retrouvons après l'Argentine, 4 pays européens, qui sont la France, l'Italie, l'Espagne, et l'Allemagne. Ces quatre pays représentaient ensemble 46,8% de la valeur des importations et 43,1% du volume.



LES PRINCIPAUX FOURNISSEURS EN VALEUR

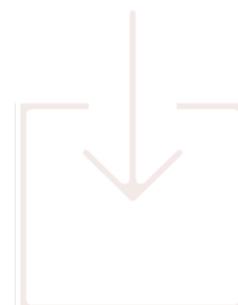
	Valeur (millions USD)	Part des importations (%)
Argentine	5,46	47,27
France	2,24	19,39
Italie	1,87	16,19
Espagne	1,23	10,65
Allemagne	0,07	0,61
Autres	0,68	5,89
Total	11,55	100,00

Source : Comtrade
Note : Données 2015

LES PRINCIPAUX FOURNISSEURS EN VOLUME

	Valeur (millions USD)	Part des importations (%)
Argentine	1,12	46,47
France	0,40	16,60
Italie	0,39	16,18
Espagne	0,23	9,54
Allemagne	0,02	0,83
Autres	0,25	10,38
Total	2,41	100,00

Source : Comtrade
Note : Données 2015



2

Exportations chiliennes

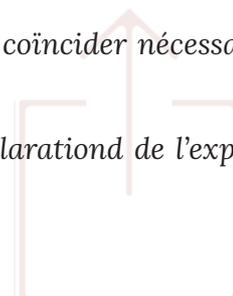
La viticulture est l'un des principaux atouts du Chili à l'export, et ses exportations de vin, en retrait en 2014 en raison de mauvaises conditions météorologiques, augmentent régulièrement. En 2015, le Chili était le 4ème exportateur mondial de vin en volume avec 881,44 millions de litres exportés (+8,6%).

En 2016, le vin est la 2ème composante du secteur agricole avec le plus haut volume d'exportations. 1.857 millions d'USD ont été envoyés à l'étranger, montrant une augmentation de 0,5% par rapport à 2015. Les principaux pays de destination ont été l'Union Européenne et l'Asie, qui ont concentré respectivement 32,5% et 29,6% du total des exportations.

Variété	2015		2016					Part en 2016 (%)	Var. 15/16 (%)
	4 ^{ème} trim.	Année	1 ^{er} trim.	2 ^{ème} trim.	3 ^{ème} trim.	4 ^{ème} trim.	Année		
Vin rouge	274	1.023	212	261	287	279	1.038	72,5	1,5
Vin blanc	102	18	3	4	6	7	21	26,1	-4,4
Autres	4	19	4	6	6	5	21	1,5	8,1
Total	380	1.433	296	365	392	379	1.432	100	0

* Pour des raisons d'approximations, la somme des valeurs peut ne pas coïncider nécessairement avec le total.

Source : Déclarations d'exportation avec IVV ajustés à la date de la déclaration de l'exportation associée.

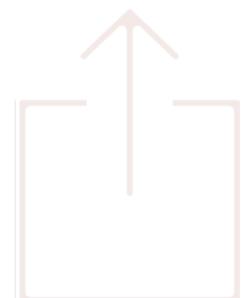


Parmi les vins à appellation, le vin rouge représente 72,5% des exportations.

Tableau 5	Exportations de vins par type de produit, 2015-2016(*) (Millions de USD FOB)								
	2015		2016					Part en 2016 (%)	Var. 15/16 (%)
	4 ^{ème} trim.	Année	1 ^{er} trim.	2 ^{ème} trim.	3 ^{ème} trim.	4 ^{ème} trim.	Année		
Avec appellation d'origine dans un récipient inférieur ou égal à 2 lt.	380	1.433	296	365	392	379	1.432	77,1	0
Pétillant	6	18	3	4	6	7	21	1,1	14,9
Mouûts de raisin	5	14	2	2	2	3	8	0,4	-40,2
Autres	98	382	95	95	91	115	396	21,3	3,5
Total	483	1.847	397	465	491	504	1.857	100	0,5

* Pour des raisons d'approximations, la somme des valeurs peut ne pas coïncider nécessairement avec le total.

Source : Déclarations d'exportation avec IVV ajustées à la date de la déclaration de l'exportation associée.



LES PRINCIPAUX CLIENTS EN VALEUR

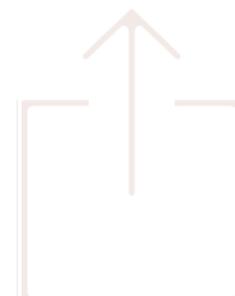
	Valeur (millions USD)	Part des importations (%)
Etats-Unis	253,51	13,76
Chine	222,50	12,07
Royaume Uni	209,53	11,37
Japon	195,86	10,63
Brésil	113,52	6,16
Autres	847,78	46,01
Total	1.842,70	100,00

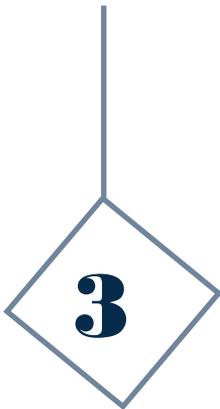
Source : Comtrade
Note : Données 2015

LES PRINCIPAUX CLIENTS EN VOLUME

	Valeur (millions USD)	Part des importations (%)
Etats-Unis	154,81	17,56
Chine	137,54	15,60
Royaume Uni	105,60	11,98
Japon	85,62	9,71
Brésil	49,06	5,57
Autres	348,81	39,58
Total	881,44	100,00

Source : Comtrade
Note : Données 2015





Analyses et commentaires

Il y a un volonté de diversifier les cépages, ce qui requiert l'importation de nouvelles variétés, de porte greffes, de matériel et de produits viticoles. En plus du Cabernet Sauvignon, du Merlot, le terroir chilien est doté d'un cépage, le carménère, disparu en France lors du XIXème siècle à cause du phylloxera (puceron ravageur de la vigne). La présence de ce cépage sur le territoire chilien se doit à un aristocrate chilien du nom de Silvestre Ochagavia qui eut l'heureuse idée d'emporter avec lui outre-Atlantique quelques pieds de carmenere avant le séisme viticole européen. En 1991, à l'époque où les vins chiliens commencent à s'imposer sur le marché mondial, un œnologue français de l'université de Montpellier, Claude Valat, en fait la découverte alors qu'il arpente les vignes du domaine Carmen, voisin de Cousiño Macul.

Par ailleurs, le Chili est un pays fortement demandeur en équipement vitivinicole, ce qui représente une grande opportunité pour les entreprises françaises dont le savoir-faire est reconnu.



L'importance de la France dans l'industrie vitivinicole chilienne :

- Les premiers cépages français furent introduits et implantés au Chili dès 1850
- Le Chili importe des vins français de haute qualité (montant total des importations 378 millions EUR), se vendant à des prix élevés.
- La France est aussi très présente sur le marché chilien avec le champagne.
- Une quinzaine de vignobles sont franco-chiliens de par leurs capitaux ou leur apport de savoir-faire

Face à l'augmentation des charges de production, le secteur doit chercher des solutions dans la mécanisation des procédés et dans les technologies de pointe. De nombreux projets de R&D sont en cours avec notamment la création de partenariat entre la France et le Chili sur une thématique « innovation et R&D » (vins organiques, vins biodynamiques). En 2013, les budgets prévus pour l'expansion des surfaces de cultures ou l'achat d'équipements nouveaux, sont supérieurs à 500 M USD pour des vignes de taille moyenne



4

Le produit au Chili

Ces dernières années, la consommation de poissons et fruits de mer a été revue à la hausse dans le pays. Cet intérêt serait lié à la plus grande importance donnée aux produits sains et à la recherche d'une alimentation équilibrée. En décembre 2016, la Société Nationale de Pêche (Sonapesca) a lancé une campagne publicitaire "Come pescado y súmate al kilo de salud por año", avec pour objectif d'augmenter la consommation nationale des produits de la mer d'un kg par an et atteindre 15kgs par personne d'ici 2022.

Selon les données de l'industrie, la consommation actuelle au Chili est de 10 kilos par habitant et par an, alors que les pays tel que le Pérou et le Mexique consomment respectivement 16 et 12 kgs de poissons et fruit de mer par an. Selon les résultats de l' "Estudio Chile 3D" de GfK Adimark, 46% des chiliens consomme du poisson au moins une fois par semaine.

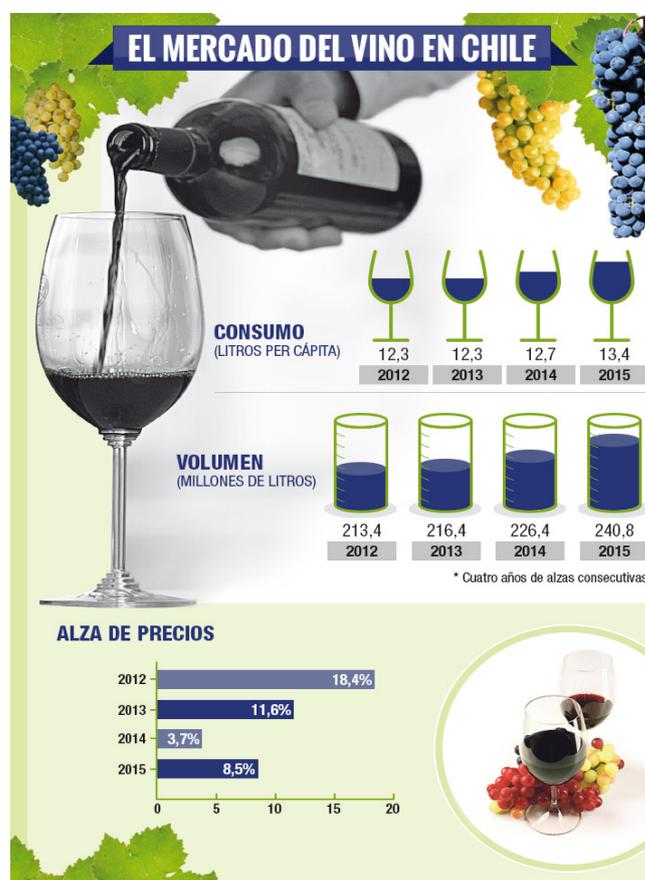
Par ailleurs, il y a une forte tendance à la consommation de produits congelés. De 2010 à 2015, le segment de poissons et fruits de mer congelés a connu une croissance de 54%, hausse qui devrait se poursuivre pour atteindre 57% à 2019. Parmi les poissons les plus consommés le "Jurel" représente 80% du marché des conserves destinées à la consommation nationale, et le "Merlu" est le poisson le plus vendu sur les marchés locaux, représentant prêt de 11000 tonnes de vente par an.



5

Tendances de consommation

Avec plus de 18,13 millions d'habitants en 2016, le Chili représente un marché de taille réduite. Il s'agit toutefois d'une nation importante en matière viticole. Sa consommation totale de vin s'est élevée à un peu moins de 300 millions de litres en 2015 (Organisation internationale de la vigne et du vin, OIV, 2016), soit une consommation annuelle par habitant d'environ 13,4 litres et 1,25% de la consommation mondiale. Il s'agit donc d'une consommation modeste si on la compare à celle des grands pays consommateurs, comme la France ou le Portugal, où elle est de l'ordre de 42 litres. C'est aussi la consommations la plus faible parmi les 10 premiers producteurs et exportateurs mondiaux de vin.



Source : Emol.com

6

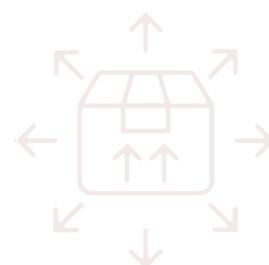
Distribution et segmentation

En matière de distribution de vin au Chili, le canal "off-trade" de la vente de détail est bien plus développé que le canal "on-trade", représentant environ 75% des volumes distribués en 2015.

Sur le segment de la vente de détail, ce sont les hypermarchés et les supermarchés qui dominent aujourd'hui la vente de vins. Historiquement les magasins spécialisés ont toujours été dominants au Chili, avec plus de 40% de parts de marché. Aujourd'hui ces acteurs ne détiennent plus que 35% du marché et ont cédé leurs places à la grande distribution qui détient désormais plus de 65% des parts de marché. Cette dernière est dominée par trois acteurs principaux, qui sont: Walmart Chile (Lider, Ekono), Cencosud SA (chaînes Jumbo et Santa Isabel), et SMU (Unimarc, Bryc, Deca).

Le volume d'affaires sur le vin auprès des acheteurs des cafés, hôtels, restaurants (CHR) au Chili reste stable. Il est estimé en 2015 à 15%.

La vente directe est un canal de distribution de plus en plus important en volume, avec des prix moyens pratiqués jusqu'à 50% plus élevés que ceux en grande distribution. Pour finir, si la commercialisation du vin en ligne reste encore faible au Chili, elle est en pleine croissance et est dotée d'un fort potentiel.



7

Les principaux acteurs

En 2016, **Viña Santa Rita** est resté pour la deuxième année consécutive leader de la production nationale avec 31% des parts de marché en volume, devant **Viña Concha y Toro** avec 27% et **Viña San Pedro Tarapacá** avec 27% (Euromonitor International, 2016).

Autrefois concentrée sur une demi-douzaine d'entreprises, la production de vins est le fruit de plusieurs centaines de domaines.



8

Principales activités et foires spécialisées au Chili



FERIA VINOS DE CHILE

Événement culturel qui regroupe une fois par an (septembre) les professionnels du secteur vitivinicole et du secteur HORECA (Hôtels, Restaurants et Casinos) afin d'encourager l'industrie nationale qui offre des produits d'excellence.

www.feriadevinos.cl

SUMMIT WINES OF CHILE

Réunion annuelle à Santiago des représentants de l'industrie du vin, où sont présentées les conclusions d'une semaine de travail de différents cortèges, et les stratégies et objectifs marketing des prochaines années.

www.winesofchile.org



EXPO SALON GOURMET

Salon commercial Expo Salón Gourmet qui a lieu au mois d'août à Concepción. Ce salon est l'évènement où se rencontrent les professionnels de l'alimentation et des boissons haut de gamme.

www.salongourmet.cl



9

Liens d'intérêt

WINES OF CHILE

En charge de promouvoir l'image des vins chiliens dans le monde, l'association « Wines of Chile » a établi un plan stratégique pour renforcer la compétitivité du secteur viticole chilien et consolider sa place d'industrie durable et de qualité d'ici 2020.

www.winesofchile.org



ACHIGA

Association chilienne de la gastronomie

www.achiga.cl

TODO VINOS

Actualité et informations du monde sur le vin

www.todovinos.cl



CORPORACION CHILENA DEL VINO

Association constituée des acteurs du secteur viticole, visant à améliorer la coopération et la compétitivité des entreprises à tous les niveaux de la production.

www.fap.cl





Informations

Vous souhaitez réaliser une étude de marché, trouver des distributeurs / importateurs dans le secteur vitivinicole au Chili?

Nous sommes une équipe bilingue, travaillant au cœur de Santiago. Chaque année, nous accompagnons plus de 240 entreprises dans leur processus de développement au Chili. Fondée au Chili en 1884, les méthodes de la Chambre de Commerce Franco-Chilienne s'appuient sur une expérience commerciale, un réseau dense et réactif, et un accès à des ressources documentaires privilégiées.

CONTACT

FANNY PANNETIER

Responsable Commerciale

fanny@camarafrancochilena.cl

Tel: + 56 2 22255547