

Les vins étrangers en France

Autor(en): **Martin, Jean-Claude**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **74 (1994)**

Heft 3

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-886683>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Les vins étrangers en France

Jean-Claude Martin, Directeur de la Fédération des Importateurs de Vins et Spiritueux, Paris

Si l'on demande, à l'étranger, de citer des produits français célèbres vendus dans le monde entier, il y a gros à parier que le vin – ou sans doute plutôt les vins – seront cités parmi les tout premiers, sinon les premiers.

Ce ne sera que justice, car la France a développé depuis des siècles l'un des plus grands vignobles de la planète – 900.000 hectares – qui produit en moyenne plus de 50 millions d'hectolitres de vins, parmi lesquels, incontestablement, les plus illustres appellations.

Aussi, la France est-elle de loin, en valeur, le premier exportateur de vins, expédiant vers la plupart des pays du globe près de 11 millions d'hectolitres, pour près de 21 milliards de francs français.

LE VIN DE TABLE, UN CRÛ QUI NE DIT PAS SES ORIGINES

Si l'on demande maintenant à trois Français, supposés représentatifs de trois catégories sociales bien déterminées, ce qu'ils savent (ou croient savoir...) de la consommation de vins étrangers en France, on obtiendra sans doute les trois réponses suivantes :

- du Français « moyen », consommateur de vins de table : « Les vins étrangers ? Connais pas »
- du Français « snob » : « Ah, les vins de Californie, du Chili, d'Australie, quelles merveilles ! Nous n'avons qu'à bien nous tenir ! »
- du Français « éclairé » : « Oui, j'ai fait des expériences très intéressantes ; la France n'est pas (plus ?) seule à faire de bons vins »

Qui a raison ? Les chiffres répondent. La France importe annuellement près de 5 millions d'hectolitres de vins. Mais la plupart sont consommés sans que leur nationalité d'origine apparaisse : le consommateur moyen évoqué plus haut boit le plus souvent ce vin de table italien ou espagnol, voire portugais, en assemblage avec du vin français, sous étiquette de marque. Il ne faut voir là que la recherche simultanée d'une qualité aussi constante que possible et d'un prix serré, que permettent dans les pays du Sud des conditions de culture et des charges diverses moins pesantes qu'en France.

C'est là, et de très loin, que se trouve l'essentiel de la consommation de vins étrangers en France.

Importations par pays d'origine
de vins de table
(hors vins mousseux)
titrant 13 % vol. ou moins.
Année 1993

Pays	Quantité importées (en hl)
U.E.B.L.	1 398
Pays-Bas	641
Allemagne	31 651
Italie	2 284 225
Royaume-Uni	1 026
Grèce	15 481
Portugal	179 585
Espagne	1 786 424
Norvège	392
Suède	3
Suisse	996
Autriche	8 211
Gibraltar	-
Turquie	1 779
République tchèque	23
Slovaquie	9
Hongrie	2 018
Roumanie	267
Bulgarie	34 721
Russie	90
Yougoslavie	1 090
Slovénie	21
Croatie	377
Bosnie-Herzégovine	16
Macédoine	19 600
Maroc	36 483
Algérie	39 400
Tunisie	3 640
Egypte	5
République d'Afrique du Sud .	5 925
Etats-Unis d'Amérique	8 320
Canada	4
Mexique	1 744
Guadeloupe	201
Jamaïque	-
Pérou	45
Brésil	96
Chili	1 161
Argentine	8 075
Liban	2 096
Israël	420
Inde	-
Chine	1 842
Taiwan	-
Australie	11 212
Nouvelle-Zélande	32
Pays N.D.A.	6
Total général	4 490 662

N'oublions pas cependant des volumes appréciables de vins, italiens surtout, mais aussi espagnols, portugais ou grecs, vendus et achetés comme tels dans des circuits commerciaux, des régions ou des quartiers bien disposés a priori à leur égard : le vin italien est évidemment prioritaire dans la plupart des pizzerias...

**UN LARGE CHOIX
POUR ÊTRE EN HARMONIE
AVEC L'INSTANT VÉCU...**

Le Français moyen boit donc du vin étranger, mais le plus souvent il ne le sait pas.

Le *snob*, bien sûr, ne fait pas comme tout le monde. Il y a, à coup sûr, de très bons vins « exotiques »... et de moins bons (c'est vrai partout). La mondialisation des goûts, les voyages, les facilités de transport des personnes et des marchandises font que ces vins étrangers sont en effet présents en France, et s'y creusent petit à petit des niches, encore étroites : en termes de volumes, 94,5 % des importations françaises proviennent d'Italie, d'Espagne et du Portugal. Il ne reste donc que 5,5 %, pour le reste du monde, soit à peine 200.000 hectolitres l'année dernière. Mais l'offre tend à s'étendre, et il est possible à présent de trouver dans les grandes surfaces françaises des vins de Chine, du Chili ou de Californie, là où les seuls vins étrangers étaient jadis les vins en provenance de l'Algérie.

Le Français éclairé sait cela et, sans chauvinisme ni snobisme excessifs, trouve dans une offre étendue les produits infiniment variés qui répondent à son goût, à l'humeur du moment, à l'harmonie changeante qu'il peut souhaiter avec telle cuisine, classique ou moins classique, à son désir de rappeler d'agréables souvenirs de voyages. Comment donc les lui apporter ? Les circuits de distribution concernés sont la restauration, les grandes surfaces et les épicerie fines..

**UN MARCHÉ VASTE,
DIVERSIFIÉ ET LARGEMENT OUVERT**

Les vins étrangers n'auront de position prépondérante que dans des établissements spécialisés dans les produits de tel ou tel pays : restaurants italiens ou de style californien, épicerie grecques, mettront bien sûr en évidence les vins de leur pays, éléments essentiels du dépaysement qu'ils symbolisent.

Pour les épicerie fines, c'est leur vocation que de répondre, même occasionnellement, à des demandes qui sortent des sentiers battus.

En outre, les grandes surfaces elles-mêmes sont de plus en plus ouvertes à des extensions de leurs gammes vers des produits peu classiques, mais

aptes à attirer la clientèle, jeune notamment, vers des expériences qui la démarquent d'un classicisme excessif.

Le marché français des boissons est vaste, diversifié, et largement ouvert. Il n'est guère d'obstacle structurel pour y pénétrer, même pas de nature fiscale pour ce qui concerne les vins : si l'accise spécifique n'est pas nulle comme dans plusieurs autres pays de l'Union européenne, elle demeure – pour l'instant – presque symbolique.

Il faut pourtant savoir que la consommation de vins diminue globalement – comme dans les pays de l'Europe du Sud – mais qu'elle augmente dans les segments du milieu et du haut de gamme. C'est là qu'existent des niches, attrayantes et confortables, pour qui sait les détecter et les exploiter. ■

Le Service Juridique de la Chambre de Commerce Suisse en France a publié ces derniers mois quelques **notes d'information** rédigées pour répondre rapidement mais de manière complète à certaines questions qui lui sont posées fréquemment. Ces brochures sont vendues aux conditions ci-dessous
(Tarifs TTC - **Les Membres** de la Chambre de Commerce Suisse en France **beneficient d'une remise de 30 % sur ces montants**)

- | | |
|--|-------------------|
| ① Le statut de l'agent commercial en France (14 p.)..... | SFr. 40/FF 158,25 |
| ② Le statut de l'agent commercial en Suisse (13 p.)..... | SFr. 40/FF 158,25 |
| ③ Embauche par une société suisse d'un directeur des ventes en France (20 p.)..... | SFr. 75/FF 316,50 |
| ④ Chantier en Suisse par une société française (15 p.)..... | SFr. 75/FF 316,50 |
| ⑤ Carte de commerçant étranger (17 p.)..... | SFr. 25/FF 105,50 |
| ⑥ Vente et installation de matériel par une société suisse en France (8 p.)..... | SFr. 50/FF 211,-- |
| ⑦ L'autorisation de travail en France (10 p.)..... | Sfr. 25/FF 105,50 |
| ⑧ L'autorisation de travail en Suisse (18 p.)..... | Sfr. 25/FF 105,50 |
| ⑨ Les entreprises suisses et la TVA en France (14 p.)..... | Sfr. 25/FF 105,50 |
| ⑩ Chantier en France par une société suisse (14 p.)..... | Sfr. 75/FF 316,50 |

Pour commander ces notes : adressez votre règlement, en précisant le ou les numéros choisis, à la Chambre de Commerce Suisse en France, Service Juridique, 10, rue des Messageries, 75010 Paris.
Tél. (00-33) 1/48 01 05 91 - Fax (00-33) 1/48 01 05 75