



Les Maisons de la Région
Languedoc-Roussillon
à l'International

Communiqué de presse

Vendredi 9 octobre 2009

Viticulture - Chine

Les exportations des AOC du Languedoc-Roussillon vers la Chine ont triplé en volume et en valeur depuis le premier semestre 2008.

Les chiffres des douanes françaises diffusés par le Département agroalimentaire d'Ubifrance montrent qu'au premier semestre 2009, les exportations des AOC du Languedoc-Roussillon vers la Chine ont triplé en valeur et volume par rapport au premier semestre 2008.

En volume

Alors que le volume de l'ensemble des vins français (AOC) exportés en Chine augmente de 81,89%, le volume des AOC du Languedoc-Roussillon exporté augmente lui de 201,5 %. La région se maintient ainsi en deuxième position derrière Bordeaux et Côtes du Rhône, et affiche la meilleure progression de toutes les régions françaises avec la plus forte augmentation en volume parmi les vins français exportés en Chine.

En valeur

Les chiffres concernant la progression de nos vins en termes de valeur sont également positifs puisqu'ils affichent une progression de 196,80% leur permettant de prendre la deuxième place aux vins de Bourgogne, qui eux affichent un recul de 8,96% et descendent à la troisième place. A noter toutefois que si Bordeaux conserve la première place, ce n'est qu'avec une augmentation en valeur de 4,2% pour une augmentation en volume de 71,25%.

Une stratégie régionale en faveur des AOC qui trouve écho auprès du marché chinois

Ces résultats enregistrés sur une période d'un an pour les AOC Sud de France sont très encourageants pour les opérateurs régionaux. Ils signifient, en effet, que la stratégie engagée par la Région visant à inciter le marché chinois à s'orienter vers des segments de prix plus élevés, autour de 2,30€, a porté ses fruits.

Car si le marché s'orientait ces deux dernières années sur des vins d'entrée de gamme, à moins d'un euro, la tendance semble s'inverser au profit de vins compris entre 2 et 6€, avec une proportion d'AOC qui ne cesse d'augmenter. La stratégie régionale, portée par Sud de France Export et la Maison de la Région Languedoc-Roussillon de Shanghai, semble donc avoir trouvé écho auprès des acteurs du marché chinois puisque sur les 5 millions de bouteilles de vins Sud de France exportées en Chine en 2008, soit 416 containers, la proportion était d'environ 65% Vins de pays, et 35% AOC. Et on estime que les volumes exportés en 2009 peuvent atteindre 9 millions de bouteilles, soit 750 containers. Associés à une progression de la consommation de vins en Chine de 40% pour l'année 2009, ces résultats engagent à poursuivre les efforts sur le terrain.

C'est notamment grâce au travail de mise en relation engagé par la Maison de Shanghai, associé au travail accru des entreprises régionales sur le marché chinois, que les AOC régionales enregistrent une telle progression.

Début du Festival Sud de France à Shanghai (12-25 octobre)

218 nouveaux référencements pour les vins Sud de France

Le Festival Sud de France qui a déjà eu lieu à Londres, au Brésil, et à New York, et qui se déroulera à Shanghai du lundi 12 au 25 octobre dans toute la ville, reflète parfaitement l'engouement des acteurs du marché chinois pour les vins Sud de France. Cette opération, qui au lieu de segmenter, implique l'ensemble de la chaîne de distribution – de l'importateur au consommateur, en passant par les distributeurs – est encore plus novatrice pour ce marché, peu habitué à des opérations de promotion de grande ampleur sur les lieux de vente.



Les Maisons de la Région
Languedoc-Roussillon
à l'International

Communiqué de presse

Pourtant, le format semble séduire les professionnels chinois puisque la Maison de Shanghai mobilise une vingtaine d'importateurs et comptabilise 127 points de vente de 69 enseignes différentes qui participeront au Festival (grande distribution, restaurants français et chinois, hôtels, cavistes, sites Internet). Grâce à la mécanique du Festival, 218 nouveaux référencements ont été enregistrés dans ces points de vente pour les vins Sud de France.

Parmi les points de vente, on compte l'incontournable Metro, la grande distribution réservée aux professionnels et l'hôtel 5 étoiles Hyatt on the Bund, qui a rejoint le Festival suite à la victoire de son sommelier au concours organisé par la Maison dans le cadre du Festival. C'est dans ses locaux que se déroulera la soirée d'inauguration du Festival le 10 octobre au cours de laquelle la Maison procèdera à la signature des conventions d'utilisation du logo officiel Sud de France avec certains importateurs et distributeurs chinois.

La marque Sud de France est également présente dans 55 restaurants chinois, lieux fréquents de consommation. Car si le réseau de restauration chinoise est la plupart du temps écarté par les régions productrices de vins étrangers au profit des restaurants occidentaux, il n'en demeure pas moins essentiel dans la pénétration du marché. A noter que le restaurant South Beauty a notamment géré la restauration lors des Jeux Olympiques de Pékin en 2008.

La Semaine Française de Shanghai

Le Festival profite également de la Semaine Française de Shanghai qui se déroule du 12 au 18 octobre pour augmenter la visibilité des vins régionaux. Cette année, la marque Sud de France sera représentée sur deux stands tenus par la Maison de Shanghai. L'un d'eux présentera aux visiteurs l'action de la Maison, et l'autre proposera tout au long de la journée des animations quotidiennes (démonstrations culinaires, dégustations, accords mets et vins) dans le cadre du Festival Sud de France. Cet événement grand public qui se tient dans une rue piétonne au cœur du centre-ville commerçant accueille de très nombreux visiteurs (250 000) et bénéficie d'une large couverture médiatique.

Le Salon des boissons alcoolisées de Zhengzhou

Enfin, en parallèle du Festival Sud de France, la marque Sud de France sera présente sur le salon des boissons alcoolisées qui se tiendra à Zhengzhou, du 11 au 14 octobre. Du 11 au 13 octobre, le salon sera exclusivement réservé aux professionnels, puis sera ouvert au public le 14 octobre. Six structures régionales, dont des caves particulières, des groupements, et des agents, ainsi que 7 importateurs qui représentent de nombreux producteurs régionaux, exposeront sur un espace de 132m² consacré aux vins Sud de France.

Contacts Presse :

Laurent Panayoty/Sonia Augry/Communication/Relations presse Sud de France Export

Tel : +33 (0)4 99 64 29 30/27 - Fax : +33 (0)4 99 64 29 37

Mobile : +33 (0)6 76 75 45 04

Email : panayoty@suddefrance-export.com / augry@suddefranceexport.com



Les Maisons de la Région
Languedoc-Roussillon
à l'International

Communiqué de presse

ANNEXE

Les participants au salon de Zhengzhou

Entreprises régionales

- B&S Wine (Aude)
- LGI LANGUEDOC WINES (Aude)
- LCM Diffusion (Les Crus de la Méditerranée) (PO)
- Domaines Montariol de Groote (Hérault)
- Château Puech Haut (Hérault)
- Alliance des Celliers Centenaires du Languedoc (ACCL) (représentant SCA Les Coteaux de Montpellier, Mas de la Barben, Mas Montel, Domaine La Prade Mari, Château de Lancyre, Domaine des Aires Hautes, Château La Dournie) (Hérault)

Importateurs de vins Sud de France

- D.O. DIONYSOS (en association avec ACCL)
- VICOMTE WINE (en association avec ACCL)
- Shanghai Lanrow Trading Co LTD
- Z&H (Shanghai) Trading Co. LTD
- Shanghai Chinsun Import&Export Trade Co., LTD
- Shanghai JunRu Investment Co., LTD
- Premium Wines