

**AFRIQUE DU SUD**

# Un rand faible et la compression des coûts impulsent fortement le vrac

La société de courtage internationale Ciatti Company a créé une antenne en Afrique du Sud en 2005. Basée à Stellenbosch, elle opère au sein du pays mais exporte aussi en direction de clients européens – notamment les principales sociétés de mises en bouteilles basées en Allemagne, en France et au Royaume-Uni – et a pénétré voici quatre ou cinq ans les Etats-Unis et le Canada. Ses volumes de vente peuvent varier entre 20 millions de litres et jusqu'à 55 millions de litres dans le cas d'une année de surproduction, avec une moyenne de l'ordre de 20 ou 25 millions de litres. Après avoir géré une structure de mise en marché de vins en vrac pour le compte de certaines coopératives sud-africaines, Vic Gentis a été à l'origine de la création de Ciatti Afrique du Sud. Il est aujourd'hui responsable des opérations sud-africaines et européennes de l'entreprise depuis Stellenbosch.

Nous lui avons demandé de présenter la situation actuelle du commerce des vins en vrac en Afrique du Sud dans le contexte du marché mondial.



Vic Gentis

**La récolte 2012 en Afrique du Sud est en hausse de 8%. Quel en sera l'impact pour la filière sud-africaine ?**

Au final, l'augmentation devrait s'établir autour de 7%, une hausse somme toute relativement modeste. Fort heureusement, nous n'avons pas connu de catastrophes naturelles majeures comme le tremblement de terre au Chili où il s'est produit d'importantes pertes en volume. Depuis 5 à 7 ans, notre production a été stable sur le plan des volumes. Nous ne sommes pas un gros pays producteur ; nous nous situons à la même hauteur que le Chili et légèrement en dessous de l'Australie avec 1,35 à 1,4 million de tonnes. Ainsi, une hausse de 7% n'est pas vraiment significative et dans tous les cas bien moindre qu'elle ne l'aurait été sur la production espagnole, italienne ou française par exemple. Qui plus est, l'Afrique du Sud dispose d'un marché important pour le brandy, à même d'absorber des volumes significatifs en cas de surproduction. Nos prix et nos exportations dépendent toujours du taux de change avec nos pays clients. Cette année, nous avons de la chance : le rand connaît un taux bien plus

favorable contre le dollar et l'euro que l'année dernière.

**Comment se répartit l'augmentation de la production cette année ?**

La hausse de 7% se traduit par des régressions significatives pour les exploitations à dimension relativement faible situées dans les zones côtières tandis que les régions productrices de vins en vrac ont, pour certaines d'entre elles, affiché des hausses allant de 15 à 20%. Nous observons des échanges entre ces deux filières locales car les exploitations privées manquent de vins. Avec le développement mondial du marché du vin, je ne pense pas que la hausse de la production sud-africaine pose de problèmes majeurs.

**Comment qualifieriez-vous la situation des stocks cette année ?**

Il ne fait aucun doute qu'il existe des disponibilités importantes en vins blancs à l'heure actuelle. La récolte se répartit grossièrement entre 35% de rouges et 65% de blancs, soit le contraire de certains autres pays producteurs comme le Chili. Nos principales plantations portent sur le chenin blanc, le cabernet et le colombar. Dans la mesure où les disponibilités en rouge sont insuffisantes ou équilibrées, je ne pense pas que les plantations de cabernet soient de nature à créer un déséquilibre. En revanche, certains cépages comme le chenin blanc et le colombar ainsi que des vins blancs génériques ou même des chardonnay et sauvignon blanc d'entrée de gamme pourraient devenir problématiques dans le courant de l'année. Tout dépendra du taux de change. Nous ne sommes pas un gros pays producteur mais si

le rand se renforce contre d'autres monnaies, nous risquons de nous retrouver avec une surproduction de vins blancs d'ici à la fin de l'année. A contrario, si le rand reste stable ou s'affaiblit davantage, nous nous positionnons alors comme l'un des pays fournisseurs les moins chers du monde.

**D'où provient la demande actuellement ?**

Depuis deux ou trois mois, nous recevons des demandes d'information de plus en plus régulières, y compris de la part d'acheteurs situés dans des pays comme l'Espagne. Les acheteurs qui s'intéressaient auparavant à des pays comme l'Espagne, le Chili ou l'Argentine pour des vins blancs, regardent l'Afrique du Sud de plus près désormais, c'est indéniable. Même les fournisseurs espagnols envisagent d'importer des vins blancs génériques depuis l'Afrique du Sud afin de pouvoir continuer à fournir leurs clients. En ce moment, on peut dire que les acheteurs « prennent la température » pour voir ce qui se passe. Ils attendent de voir quels seront les prix des vins espagnols et quel sera le volume de la récolte dans l'hémisphère nord. Certains affirment que la récolte espagnole ne sera pas très abondante mais je ne suis pas persuadé qu'elle sera aussi faible que l'année dernière.

**Les coûts de production augmentent en Afrique du Sud. Pour quelle raison ?**

La plupart des fongicides, produits de traitement, enzymes, etc qui sont utilisés dans la viticulture et la vinification sont, encore aujourd'hui, importés. L'Afrique du Sud est riche en minéraux, elle exporte des matières premières mais elle importe ensuite des produits finis sachant que la valeur ajoutée se trouve dans ces derniers. Au cours des trois ou quatre dernières années, nous avons assisté à des majorations considérables des prix de l'électricité fournie par l'opérateur local Eskom ; ce sont des majorations qui varient entre 30 et 40% par an. Le coût des carburants a également augmenté de manière sensible et, dans la mesure où la



Le rythme des nouvelles plantations a fortement ralenti.



plupart des vins sont encore transportés par la route, cela a eu un impact important sur les coûts de production. Enfin, rappelons qu'une grande partie du matériel vinicole – les pressoirs, les cuves, etc – est importée depuis des pays comme la France ou l'Italie. L'indice des prix a beau afficher une hausse de 5 à 6% par an, nos coûts augmentent de 25% et jusqu'à 45%, voire plus. Cela se reflète dans le rythme des plantations : les nouvelles plantations ont indéniablement ralenti et les producteurs se trouvent plutôt en mode de survie à l'heure actuelle.

### **La hausse des coûts est-elle répercutée en aval ?**

Non, ce n'est pas le cas ; les prix sont restés relativement stables. Bon nombre de vins ont le même positionnement prix qu'en 2002-2003, voire parfois moins. C'est bien le marché qui dicte les prix. Sur certains marchés nous avons même vu des producteurs retirer leurs référencements auprès des grands distributeurs faute de rentabilité. Ils ne peuvent plus répondre aux exigences en matière de prix et perdent de l'argent. A priori, nous n'assisterons pas à la disparition de certains acteurs mais plutôt à une transition depuis des marques privées vers les marques de distributeurs. Les exigences des grandes surfaces au niveau du soutien marketing, surtout, sont trop importantes. Cela se reflète dans l'augmentation des exportations en vrac qui ont fait un bond de 20% vers l'Europe au cours des douze derniers mois alors que les exportations en bouteilles ont régressé de 15%. Globalement, les exportations ont progressé de 2% mais les vins sont exportés en vrac et mis en bouteille sur les places de consommation. Sur le sol sud-africain, il n'existe qu'un fournisseur de verre, ce qui rend le prix du verre très élevé. Même les bouteilles importées sont chères. A l'heure actuelle, nous ne pouvons rivaliser avec les prix de la mise en bouteille en Europe donc même des marques privées comme First Cape sont embouteillées en Europe. La chaîne d'embouteillage de First Cape ne fonctionne pas en ce moment. Les vins sont exportés vers l'Allemagne puis mis en bouteille sur place puisque cela coûte moins cher.

### **Les exportations en vrac ne concernent donc pas nécessairement des vins d'entrée de gamme...**

Il y a dix ou 15 ans, il est vrai que des vins d'entrée de gamme ou des vins défectueux étaient exportés en vrac. De nos jours, les exportations doivent répondre à des règles draconiennes : elles doivent être certifiées ou, dans le cas de vins génériques non certifiés, elles doivent subir des analyses chimiques et organoleptiques effectuées par les autorités, le « wine & spirits board ». A titre d'exemple, Ciatti exporte des vins de qualité premium, vieillies en fûts, en direction de compagnies aériennes en Allemagne qui les servent en première classe.

Environ 80% des vins que nous exportons sont qualitatifs – il en est de même pour Ciatti en général – puis 5 à 10% de haut niveau qualitatif, et enfin seulement 5% sont des vins d'entrée de gamme.

### **L'Afrique du Sud a consacré des efforts importants à l'amélioration de son image qualitative. Le développement des exportations en vrac va-t-il mettre à mal ces efforts ?**

Je ne pense pas. Il s'agit d'une simple question économique. Il existera toujours des exportations en vrac pour des marques de distributeurs. L'augmentation constatée en Afrique du Sud porte surtout sur des marques privées : même les domaines exportent en vrac car cela coûte moins cher de mettre les vins en bouteilles en Europe. Un conteneur de taille standard est capable de transporter 24 000 litres de vins en vrac contre seulement 9 000 litres pour des vins en bouteille. La différence est considérable. Ainsi, une grande partie de l'augmentation du vrac ne concerne pas des vins destinés à des marques de distributeurs.

### **Cette tendance va-t-elle se poursuivre à l'avenir ?**

Cela dépendra du taux de change. Dès que la mise en bouteille deviendra de nouveau viable en Afrique du Sud, les entreprises s'y remettront. Personne ne souhaite voir sa chaîne d'embouteillage en sommeil. Ce n'est pas comme si aucun vin n'était mis en bouteille en Afrique du Sud. La plupart du temps, ce sont des cas limites.

### **La plupart des pays européens ciblent massivement l'Asie actuellement. Est-ce le cas de l'Afrique du Sud ?**

L'Asie est un marché auquel l'Afrique du Sud s'intéresse de plus en plus. La plupart des producteurs éprouvent toujours des difficultés à pénétrer le marché asiatique parce qu'ils ne le connaissent pas bien. De concert avec le ministère du Commerce et de l'Industrie d'Afrique du Sud, WOSA a organisé récemment une mission en Asie, notamment sur le marché chinois. Cette mission a réuni beaucoup de producteurs, désireux de s'y implanter. Il ne fait aucun doute que ce marché est intéressant, du fait de la croissance de la population et de la consommation. Il n'empêche que seuls des domaines et producteurs indépendants ont



*Le risque d'excédents de vins blancs plane. Tout dépendra de l'évolution des taux de change.*

réussi à s'y implanter de manière efficace. Dans l'ensemble, il ne s'agit pas d'un marché très important pour l'Afrique du Sud ; sa croissance a été sans commune mesure avec celle de la Suède au cours des quatre ou cinq dernières années. En l'espace de sept ou huit ans, la Suède est passée de zéro à 6 à 8 millions de litres.

### **Quels sont les autres marchés ciblés par l'Afrique du Sud ?**

Nous ciblons également les Etats-Unis et le Canada. La réglementation dans chaque état a toujours été assez redoutable mais il est indéniable que le marché se développe. Parmi les obstacles que nous devons surmonter aux Etats-Unis figure notre manque de notoriété. L'Afrique du Sud est loin géographiquement et contrairement à l'Australie, peu d'Américains y ont séjourné. Ajoutons à cela, le fait que l'Australie a bien réussi ses efforts de marketing aux USA. Néanmoins, de plus en plus de touristes américains visitent l'Afrique du Sud – l'augmentation est très nette. Auparavant, on n'entendait jamais des gens parler l'anglais américain l'été en Afrique du Sud alors que désormais, c'est chose courante. Cela ne pourra donc que faire évoluer notre statut aux Etats-Unis. Certes, ce ne sont pas des oenotouristes mais si la population ne connaît pas un pays, pourquoi en achèterait-elle les vins ?

### **L'Afrique représente également une destination importante. Les exportateurs parviennent-ils à y créer de nouvelles opportunités ?**

Ciatti n'est pas du tout présent en Afrique. Néanmoins, il ne fait aucun doute que ce marché est intéressant et que nous pourrions nous y intéresser de près prochainement. L'Afrique est en phase de croissance, son marché du vin aussi. Si l'on regarde bon

nombre de pays qui étaient anciennement des colonies portugaises ou françaises, ce sont tous des pays consommateurs de vins, notamment de vins rouges. Des sociétés comme Pernod Ricard ou Distell affinent leur stratégie en Afrique. Pernod Ricard a créé un tout nouveau secteur dédié à l'Afrique sub-saharienne pour lequel ils ont nommé beaucoup de personnes ; cela signifie qu'ils prennent ce marché très au sérieux.

**Comment se porte le marché national ?**

Le marché domestique se développe mais lentement. Le taux de chômage s'élève à 22%, le marché est très orienté par les prix et, contrairement aux autres pays africains mentionnés plus haut, l'Afrique du Sud est traditionnellement un pays consommateur de bière. Cela évolue lentement mais les choses changent indéniablement. En raison de certaines problématiques politiques par le passé, il existe

toute une population de démunis. Cependant, au fur et à mesure que la situation évolue, les jeunes aspirent de plus en plus à la culture et à des idéaux occidentaux. Cela implique la consommation de marques qualitatives, que ce soit dans le domaine des vins, des spiritueux ou d'autres boissons. Une tendance très nette en faveur du vin se dessine. Les jeunes Sud-Africains épousent la culture du vin à un âge plus jeune qu'auparavant.

**Quelles sont les perspectives pour les exportations de vins sud-africains en vrac en 2012-2013 ?**

J'estime qu'elles sont plutôt bonnes. Avec un rand plus faible par rapport à d'autres monnaies cette année, de plus en plus d'acheteurs s'intéressent à l'Afrique du Sud. La situation économique en Europe – notre principal marché – reste le grand point d'interrogation. Les acheteurs américains s'intéressent davantage à nos vins : là où nous fournissons

peut-être deux entreprises, désormais l'intérêt s'étend à beaucoup plus d'acheteurs en raison notamment des difficultés d'approvisionnement et à la situation économique en Argentine. Sur le marché américain, nous attendons de voir ce qu'il en est au Chili. Il semblerait que la récolte chilienne en 2012 était bien plus abondante que prévu et que les disponibilités y sont donc plus importantes. Il va sans dire que le Chili est plus près des Etats-Unis que l'Afrique du Sud et que donc ses coûts de transport sont bien moindres.

Nous intéressons ainsi plus d'acheteurs et nous sommes optimistes. Si nous pouvons pénétrer d'autres marchés comme la Russie, qui s'intéresse toujours à des génériques et à des vins de base pour mousseux, et la Chine, alors les perspectives sont bonnes.

*Propos recueillis par Sharon Nagel*

**CHINE La ville du vin**

Yantai pourrait bien devenir dans quelques années la nouvelle « capitale » du vin chinoise. Rassemblant déjà de nombreux acteurs viticoles chinois, dont la célèbre marque Changyu, la ville devrait accueillir d'ici quelques années de nombreux complexes dédiés au vin destinés à la transformer en une véritable « ville du vin ».

La ville de Yantai se situe dans la province du Shandong en Chine. Cette ville est connue pour être l'unique ville chinoise à détenir depuis 1987 le titre de « Ville Internationale du Vin » remis par l'OIV. Certains amateurs de vins la connaissent peut-être aussi grâce à la célèbre marque de vin chinois Changyu, premier producteur de vin chinois, qui oeuvre dans la région. Disponible dans 28 pays, cette entreprise a notamment fait parler d'elle en France par l'intermédiaire du partenariat qu'elle a formé, en 2000, avec le groupe Castel. Et Yantai est bien un acteur majeur du vin en Chine comme le prouvent certaines de ses données économiques viticoles de 2011 : « 20 200 hectares de vigne, 150 entreprises viticoles et 360 millions de litres de vin produits » selon

Idealwine. Cette position devrait se renforcer d'ici les prochaines années étant donné les nombreux projets qui devraient y voir le jour, comme l'a annoncé la marque Changyu. En 2016, un Centre International de Recherche et de Développement autour du vin devrait naître près de Yantai. Avec un budget proche du milliard de dollars, la ville va ainsi accueillir un espace de 413 hectares consacré à 3 domaines particuliers du monde du vin : la recherche, la production et l'oenotourisme. Au milieu des vignes, on pourra tout apprendre sur le vin et y admirer, par exemple, des « copies » de châteaux du Bordelais. En plus de cette structure, la ville devrait aussi héberger un Centre International de Commerce du Vin, des parcs d'attraction oenotouristiques ou encore des complexes marchands dédiés au vin. Grâce à tous ces projets, la ville souhaite développer sa notoriété et ainsi attirer de plus en plus de professionnels et de touristes. Ces évolutions devraient également permettre à la ville de réaliser l'un de ces plus grands souhaits : la création d'une appellation géographique Yantai.

**TBILISSI L'arrivée des vins géorgiens**

La Géorgie, gros producteur de vins qui étaient principalement exportés vers la Russie, souffre depuis plusieurs années du blackout de ses vins imposés par ce pays. Pour faire face à cette crise intérieure, Tbilissi a enregistré le label « Géorgie, berceau du vin » dans l'Union européenne (UE), « ce qui lui permet désormais d'exporter son vin dans les pays européens sous cette appellation », rapporte le site géorgien Medianews.

« Les premiers contenants et installations de production de vin ont été découverts dans des fouilles archéologiques et datent des III<sup>e</sup> et II<sup>e</sup> siècles avant notre ère », rappelle le site, qui précise que la première académie d'oenologie a été créée en Géorgie, à Ikalto, au VIII<sup>e</sup> ou IX<sup>e</sup> siècle. Depuis l'introduction, en 2006, de l'embargo russe sur le vin géorgien, Tbilissi a perdu son plus grand débouché (40 millions de bouteilles par an, soit deux tiers des exportations totales), d'où son intérêt pour le marché européen.

**OMC Poutine a signé l'adhésion**

Le Président russe Vladimir Poutine a signé samedi l'accord d'adhésion de la Russie à l'Organisation mondiale du Commerce (OMC), aboutissement de dix-huit ans de négociations, annonce le Kremlin.

Le Conseil de la Fédération, la Chambre haute du parlement, avait ratifié le protocole il y a trois jours, une semaine après la Douma d'Etat (Chambre basse).

L'économie russe pèse 1.900 milliards de

dollars (1.560 milliards d'euros) et se classe au neuvième rang mondial. Elle deviendra ainsi officiellement le 156<sup>e</sup> membre de l'OMC, trente jours après cette promulgation. En vertu de l'accord passé avec l'OMC, les tarifs douaniers sur les produits d'importation passeront en moyenne de 9,5% aujourd'hui à 6% à l'horizon 2015. La Russie devra par ailleurs ouvrir des secteurs clés de son économie à l'investissement étranger.



**La Journée Vinicole QUOTIDIEN**

La Journée Vinicole est propriété de JV Presse Info  
 Directeur de la publication et Rédacteur en chef : Robert Amarlic  
 Edition : Sarl JV Presse Info  
 au capital de 32 100 euros - 503 806 937 RCS Montpellier  
 Siège social : Parc Cresse-Saint-Martin - 34660 Courmonsec  
 Tél. : 00 33 (0)4 67 07 52 66 • Fax : 00 33 (0)4 67 71 76 88  
 compta@journee-vinicole.com • www.journee-vinicole.com  
 Imprimé par : Imprimerie spéciale Journée Vinicole - 34000 Montpellier  
 Commission paritaire : n° 0409 T 87409 • ISSN : 0151-4393