

AGRIFRANCE NOTE DE CONJONCTURE 2018

LE NUMÉRIQUE RÉVOLUTIONNE
LE MARCHÉ MONDIAL DU VIN



AGRIFRANCE
BNP PARIBAS WEALTH MANAGEMENT

La banque
d'un monde
qui change



FOCUS

LE NUMÉRIQUE
RÉVOLUTIONNE LE MARCHÉ
MONDIAL DU VIN

P. 3

PANORAMA

PANORAMA DU
FONCIER RURAL
2017

P. 21

ÉDITORIAL

LE NUMÉRIQUE RÉVOLUTIONNE LE MARCHÉ MONDIAL DU VIN

Cette année, nous avons choisi pour notre focus de développer le thème du numérique dans le secteur du vin. Alors que le monde du vin rime plutôt avec terroir, appellations et traditions, les acteurs de la filière viticole et les consommateurs découvrent de nouveaux produits et services.

Si pour les uns, le champ des possibilités qu'offre le digital est fascinant, pour les autres, il bouscule et remet en question les modèles existants. La révolution est en marche et vous découvrirez au travers de plusieurs interviews, des exemples de perspectives offertes à toute la filière.

Dans la seconde partie, nous analyserons comme chaque année et ce depuis plus de 18 ans, les grandes tendances des marchés ruraux.

En agriculture, viticulture et forêt, notre étude fait état d'une situation contrastée selon les régions. Les prix observés sur le marché des céréales ne vont pas permettre de redresser les comptes d'exploitation. En viticulture, la France, l'Italie et l'Espagne ont connu une petite récolte. En revanche, les prix du vin sont plutôt orientés à la hausse, grâce à l'augmentation de la demande mondiale. Les exportations progressent et de nouveaux débouchés s'offrent aux viticulteurs français. En forêt, à la faveur de la reprise économique notamment dans le secteur du bâtiment, les cours du bois se redressent, surtout en chêne.

D'un point de vue patrimonial, le foncier rural français reste bien orienté, surtout en forêt et sur le foncier viticole. On peut cependant signaler un ralentissement des prix du foncier agricole, même si ces derniers continuent de légèrement progresser en 2017.

Bonne lecture,

Benoît Léchenault
Directeur Exécutif d'AgriFrance



4 milliards
de personnes connectées à internet
(Source : World Stats 2017)

3,3 milliards
de smartphones dans le monde
(Source : Ericsson 2018)

8,3 milliards
d'objets connectés vendus
dans le monde
(Source : Gartner 2017)

LE NUMÉRIQUE RÉVOLUTIONNE LE MARCHÉ MONDIAL DU VIN

Les startups sont en train de révolutionner le marché du vin avec des produits et des services innovants. Une belle façon de dépoussiérer une industrie qui jusqu'alors capitalisait sur ses fameux terroirs, millésimes et autres références à l'histoire du vin. De la production à la commercialisation, en passant par l'information et la communication, les outils numériques transforment le marché du vin pour les professionnels comme pour les consommateurs.

DES PERSPECTIVES QUASI INFINIES



Les drones civils
comprenant à la fois l'usage
loisir et professionnel s'ouvrent
sur un marché colossal, estimé à

6 milliards de \$

(5,6 Mds€) en 2017,

**EN HAUSSE
DE 34%**

DRONES, ROBOTS, ALGORITHMES, GPS ET CARTOGRAPHIE EMBARQUÉE, NOUVEAUX ATOUTS DES PRODUCTEURS

Le concept du premier drone est apparu pendant la Première Guerre mondiale. En anglais, le mot « drone » désigne le faux-bourdon (mâle de l'abeille). Le nom a été donné dans les années 1930 au Royaume-Uni. Des prototypes d'avions-cibles autonomes ou de drones furent ensuite développés dans les principales zones de conflits (Deuxième Guerre mondiale, Vietnam, Irak, ou Kosovo...). En juin 2014, les États-Unis autorisent pour la première fois le premier vol d'un drone à usage commercial, avec l'envoi d'un appareil en Alaska. Depuis, le marché du drone est en pleine expansion. À l'échelle mondiale, les drones civils comprenant à la fois l'usage loisir et professionnel s'ouvrent sur un marché colossal, estimé à 6 milliards de \$ (5,6 milliards d'€) en 2017, en hausse de 34%.

Les drones trouvent aujourd'hui une utilisation dans de nombreux secteurs et activités, tels que ceux de la surveillance des pales d'éoliennes ou de panneaux photovoltaïques... S'ils ont conquis le grand public, notamment dans le domaine des loisirs et du sport, ils intéressent de plus en plus les professionnels du secteur du vin. Comme le souligne dans notre interview Olivier Maffrand, président et fondateur de la société Hawk, les usages sont multiples et à moindre coût en viticulture de précision.

Par exemple, on peut rapidement contrôler le nombre de pieds de vignes manquants dans une parcelle. Il est également possible de mesurer l'état sanitaire d'un vignoble par l'analyse de la teneur en chlorophylle des feuilles. Couplés à des capteurs, on peut également mesurer en permanence la température ou l'hygrométrie dans les chais. Les perspectives semblent quasi illimitées grâce au réseau numérique et à la connectivité des appareils.

Les données récoltées sont ensuite croisées avec les informations disponibles sur le vignoble : analyses de sol, détail des cépages, âge des plantations. Elles permettent aujourd'hui des analyses très pertinentes et aident les viticulteurs dans leurs choix d'intervention comme la fertilisation, le désherbage, la protection des ceps de vigne et même la vendange des raisins à maturité optimale.

Autre exemple, pour faire face à la pénurie de main-d'œuvre sur les exploitations viticoles, des sociétés développent également des prototypes de robots viticoles pour aider les viticulteurs à contrôler et désherber leurs parcelles. Ces robots permettent d'alléger la charge de travail et optimisent la rentabilité de leurs exploitations tout en limitant l'impact environnemental.

Ted, the straddling robot (photographie : Tien Tran)

Ted, le robot enjambeur.

Avec ce nouveau robot enjambeur viticole, Naïo Technologies cherche à améliorer les conditions de travail des vignerons. Ce robot multifonctionnel est actuellement en cours de réalisation. Sa tâche principale est le désherbage mécanique des adventices sous le rang, mais Naïo technologies envisage d'intégrer d'autres fonctionnalités comme la tonte, l'effeuillage, le rognage, etc... Un prototype est né et sa fabrication en série devrait intervenir dès 2018. Une vraie révolution car un seul robot pourra entretenir une surface d'environ 25 hectares en une semaine, soit 4 à 5 hectares par jour.





Notre objectif est de faire en sorte que le recours au drone et l'exploitation des données qu'il produit soient le plus automatisés possible, afin que le client puisse se concentrer sur l'essentiel, c'est-à-dire piloter les indicateurs de son activité. »»



3 questions à

OLIVIER MAFFRAND, PRÉSIDENT ET FONDATEUR DE HAWK

En assurant des missions d'inspection dans des environnements inaccessibles, ou bien en substitution de tâches répétitives pour l'homme, le drone a franchi le palier expérimental et se développe dans les secteurs agricoles et industriels.

Par sa capacité à capter de la donnée rapidement et à moindre coût, le drone s'inscrit dans la digitalisation de processus et d'assets.

Qu'apportent les drones en viticulture?

Les drones concourent au développement de la viticulture de précision. Rappelons que les trois bénéfices de la viticulture de précision sont l'augmentation de la qualité et du rendement, la réduction des coûts et la diminution du recours aux produits phytosanitaires. L'observation par imagerie aérienne permet d'acquérir une connaissance à la fois fine et géolocalisée d'un large éventail de paramètres. Ces paramètres (parcelle, sol ou plante) sont analysés au cours de différents stades phénologiques (débourrement, floraison, nouaison, véraison, vendange).

Par sa maniabilité et sa capacité à s'adapter à toutes les configurations parcellaires, le drone se distingue par un survol à basse altitude offrant une meilleure résolution d'image. La rapidité de mise en œuvre permet une observation régulière et, au final, un coût maîtrisé d'acquisition des données.



Château Lagrezette

Le Château Lagrezette, dans l'appellation Cahors, propriété d'Alain-Dominique Perrin (ex Président du Directoire de Cartier International et de Cartier S.A.) est un pionnier en matière de viticulture de précision. La digitalisation de l'intégralité des 90 hectares de son vignoble a été confiée à Hawk, qui a paramétré un outil de pilotage sur mesure.

À quels services un viticulteur peut-il prétendre ?

Le drone est un outil qui va pouvoir accompagner le viticulteur tout au long des stades phénologiques. Il peut tout d'abord compter les pieds manquants. Selon l'observatoire des maladies du bois, environ 13% des ceps sont improductifs au plan national ; ce qui peut représenter un manque à gagner significatif pour une filière qui génère 16 milliards d'euros. Afin de retrouver la rentabilité de la parcelle tout en respectant la densité requise pour chaque appellation, les plans de renouvellement se préparent en début de végétation et en fin de campagne.

La recherche de manquants consiste à identifier l'emplacement et la quantité de pieds morts, afin de préparer la complantation sur les parcelles prioritaires. La prospection à pied étant longue et fastidieuse, le recours au drone s'avère particulièrement adapté.

Le drone s'avère également être un outil précieux dans l'analyse de la vigueur des plantations. Cette technique vise à identifier les facteurs qui affectent la maturité de la plante. En évaluant la teneur en chlorophylle au moyen de capteurs multi-spectraux embarqués sur un drone, nous sommes capables d'interpréter les causes susceptibles d'altérer le stade végétatif. Par exemple, le stress hydrique (insuffisance ou excès d'apport en eau), soit pour des raisons topographiques, soit du fait de conditions météo exceptionnelles. Une autre cause porte sur un défaut de matière organique. Dans ce cas, l'objectif est de mettre en place une fertilisation organique différenciée en adaptant les apports.

Quels sont vos atouts ?

Hawk porte la vision du « Drone-As-A-Service ». Nous préconisons la consommation à la demande plutôt que la détention d'appareils qui deviennent rapidement obsolètes et dont la manipulation requiert des compétences spécifiques.

Notre objectif est de faire en sorte que le recours au drone et l'exploitation des données qu'il produit soient le plus automatisés possible, afin que le client puisse se concentrer sur l'essentiel, c'est-à-dire piloter les indicateurs de son activité.

Pour cela, nous avons conçu la première plateforme de gestion des inspections de propriétés viticoles par drone. Par exemple, notre service couvre la sélection des parcelles à inspecter, le choix du type d'inspection correspondant à l'information recherchée, puis la commande d'une mission drone.

Celle-ci se fait auprès d'une communauté d'opérateurs de drones que nous avons soigneusement sélectionnés. Nous procédons ensuite à l'analyse des données collectées, qui viennent alimenter le tableau de bord personnalisé de l'exploitation. Il s'agit, en quelque sorte, de contrôler la qualité de la production, de la terre au verre.

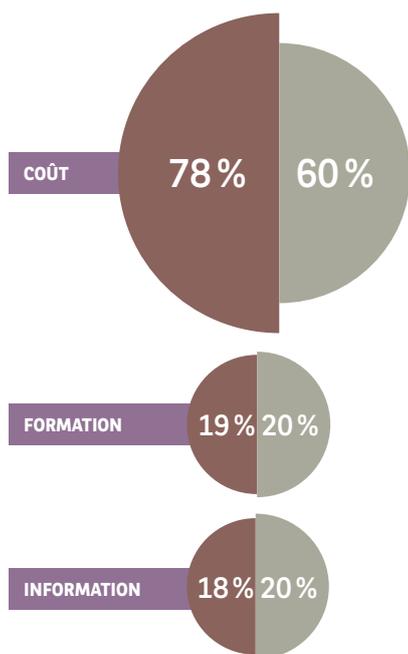
Le chef de culture peut ainsi croiser des données de topographie, de capteurs météo, avec des indicateurs végétatifs afin, par exemple, de mieux planifier ses travaux de culture ou d'organiser la sélection parcellaire pour les vendanges.

Enfin, la traçabilité des données de notre plateforme apporte une garantie supplémentaire dans le cadre d'opérations de cessions-acquisitions de propriétés viticoles.

L'acquéreur pourra par exemple avoir accès à une due diligence complète pour l'expertise et la valorisation d'un vignoble. Parmi la palette d'indicateurs, nous proposons pour chaque parcelle le calcul des surfaces encépagées réelles, la densité réelle de plantation, la topographie complète du vignoble (pentes, exposition, courbes/teintes de niveau), l'âge des vignes et le type de cépage.

Ce type d'information est d'autant plus important lorsqu'une exploitation vient de subir un aléa climatique, comme l'épisode de gel que nous avons connu au printemps 2017.

LES DÉFIS À RELEVER POUR LA FILIÈRE VITI-VINICOLE



Source : Enquête Insee Cefil 2017 pour la filière viti-vinicole en Nouvelle-Aquitaine

FREINS À L'INVESTISSEMENT DANS L'INNOVATION EN VITICULTURE (en % des établissements)

- 25 salariés ou moins
- 26 salariés ou plus

En premier lieu, le secteur du vin est très atomisé et la taille des exploitations (14,5 ha en moyenne) conditionne l'adhésion aux nouvelles technologies. Plus de 50% des exploitations viticoles emploient moins de 10 salariés. Lors d'une enquête* réalisée auprès de viticulteurs en Nouvelle-Aquitaine, sur le numérique et les nouvelles technologies en viticulture, il apparaît que « parmi les vignobles qui emploient moins de 10 salariés, 80% n'expriment aucun besoin dans le domaine numérique! ». Il apparaît également que « pour trois quarts des répondants, le coût constitue le premier obstacle à l'investissement ». Enfin, « le manque d'information et de formation sur le produit et service proposé » constitue aussi des limites à l'investissement.

Un blocage existe notamment chez les plus petits exploitants qui considèrent qu'il leur est impossible d'investir. Il semble donc que la solution soit dans la mutualisation des outils ou usages proposés par les grands acteurs de la filière (organisations professionnelles, coopératives, acteurs privés de référence...). Pour être adoptée, cette mise en commun devra également être promue et vulgarisée par l'information et la formation.

*Enquête Insee Cefil 2017

DES DONNÉES DE PLUS EN PLUS DÉMATÉRIALISÉES : LA RÉVOLUTION DU «BIG DATA»

Comme nous l'avons vu, les objets connectés peuvent fournir des données : température, hygrométrie, activité de la photosynthèse... Ces données sont de plus en plus dématérialisées. Chaque jour, les exploitations viticoles produisent des millions de données à interpréter. Ces données sont aujourd'hui déjà partiellement analysées par les différents acteurs du monde rural tels que les centres de gestion, les chambres d'agriculture, les coopératives, les organisations professionnelles agricoles, ou des firmes privées.

Si les avantages sont indéniables : gain de temps précieux, stockage de documents accessibles à tout moment depuis sa tablette ou son smartphone, la numérisation des données pose la question de l'utilisation, de la gestion et de la vente de ces données. Le législateur peine encore à définir un cadre protecteur.

A noter cependant, la prochaine parution au Journal Officiel de l'Union Européenne du nouveau règlement

européen sur la protection des données personnelles. Ce règlement européen devrait entrer en application le 25 mai 2018. L'adoption de ce texte doit permettre à l'Europe de s'adapter aux nouvelles réalités du numérique. Cette réforme poursuit trois objectifs :

- renforcer les droits des personnes, notamment par la création d'un droit à la portabilité des données personnelles. Ce droit offre aux personnes la possibilité d'obtenir et de réutiliser leurs données personnelles pour répondre à leurs propres besoins;
- responsabiliser les acteurs traitant des données (responsables de traitement et sous-traitants);
- crédibiliser la régulation grâce à une coopération renforcée entre les autorités de protection des données, qui pourront notamment adopter des décisions communes lorsque les traitements de données seront transnationaux et des sanctions renforcées.

eProvenance a été créée pour offrir des services de suivi qualité des vins et d'autres marchandises délicates lors du transport et du stockage.

Ces services permettent d'assurer le maintien de conditions de température et d'hygrométrie appropriées aux produits délicats. »»



3 QUESTIONS À

ERIC E. VOGT, FONDATEUR ET CEO DE ePROVENANCE

Comment est née la société eProvenance?

J'ai créé cette entreprise franco-américaine il y a 10 ans. Lors d'une dégustation, le propriétaire d'un grand Château bordelais nous a fait part de son inquiétude quant aux conditions de transport de ses vins. Le vin est un produit haut de gamme, précieux et délicat, et une bouteille sur trois est exportée, aussi nous avons réalisé que de bonnes conditions de transport sont essentielles à sa bonne conservation. eProvenance a été créée pour offrir des services de suivi qualité des vins et d'autres marchandises délicates lors du transport et du stockage. Ces services permettent d'assurer le maintien de conditions de température et d'hygrométrie appropriées aux produits délicats.

Concrètement, comment fonctionnent vos produits ?

Au cœur des services eProvenance se trouvent des algorithmes de notation exclusifs, ainsi que des capteurs et des applications mobiles. En accord avec les clients et les transporteurs, nos capteurs sont apposés sur des caisses, palettes ou conteneurs, et enregistrent

la température, l'hygrométrie et/ou la géolocalisation des vins de leur sortie du chai jusqu'à leur arrivée chez le client. Les données recueillies sont analysées et permettent d'évaluer les conditions de transport en fonction d'un score (note sur 100) établi par eProvenance. Le système eProvenance produit des données exploitables pour l'assurance des marchandises et l'amélioration de la qualité dans la chaîne d'approvisionnement.

Les données récoltées sont importantes, quel est l'enjeu pour les viticulteurs et la filière?

Depuis dix ans, nous travaillons avec les plus grands domaines du Bordelais, de la Bourgogne ou de la Champagne. Nous avons enregistré et analysé des millions de données dans 65 pays. L'enregistrement, mais surtout l'analyse de ces données est essentielle. Elle constitue notre cœur de métier. Par la traçabilité, les viticulteurs renforcent leur image et ils sont en mesure de garantir la qualité de leurs produits.

UN NOUVEAU CANAL DE DISTRIBUTION



Les ventes en ligne
représentent en 2017

plus de **10 milliards de \$**
soit 5% des ventes mondiales de vin
et

1,4 milliard d'€
en France, soit 9,4%
des ventes de vin.

UN MARCHÉ QUI PROGRESSE ENCORE DANS LE MONDE, MAIS SE STABILISE EN FRANCE

Selon une étude publiée par Kedge Business School en juin 2017, les ventes mondiales de vin sur internet représenteraient 9,8 milliards de dollars en 2016 et devraient dépasser les 10 milliards en 2017. Soit, environ 5% des ventes du marché mondial du vin. L'Asie et les pays émergents devraient continuer à progresser grâce au boom du e-commerce. En France, ce marché arrive à maturité, il devrait représenter 1,4 milliards d'euros en 2017, soit 9,4% des ventes de vin.

Caractérisé initialement par une croissance forte, supérieure à 30% par an, le marché est aujourd'hui en phase de stabilisation. Avec plus de 400 sites en France et une valeur globale multipliée par dix en dix ans, le marché de la vente de vin en ligne est devenu très concurrentiel. Les années 2014-2015 ont marqué un tournant pour la vente de vin en ligne. La croissance s'est ralentie avec l'arrivée de nombreux nouveaux entrants (voir le graphique ci-dessous). On observe une phase de concentration des acteurs qui doivent atteindre une taille critique pour garantir leur rentabilité et leur pérennité. On note également de nombreuses « disparitions » et fermetures de sites, en particulier parmi les acteurs de la première génération, qui n'ont pas réussi à développer suffisamment leur marque, leur chiffre d'affaires et leur clientèle.

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ACTEURS ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU MARCHÉ FRANÇAIS DE LA VENTE DE VIN EN LIGNE (2007-2017).



ePerformance-Barometer.com

VENTES EN VOLUME DE VINS TRANQUILLES EN FRANCE 2016

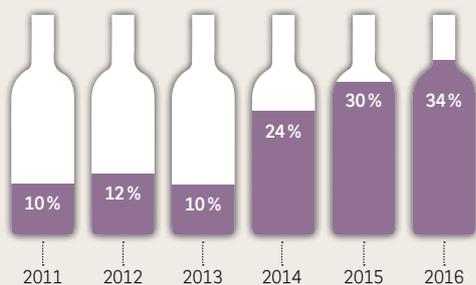
% des ventes en volume de vins tranquilles



Source : XERFI

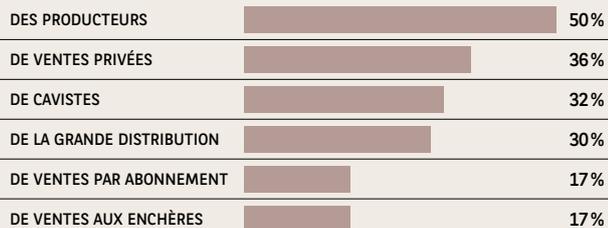
LES NOUVELLES HABITUDES D'ACHAT DES CONSOMMATEURS DE VIN EN FRANCE

"Avez-vous déjà acheté du vin ou du champagne sur Internet?"

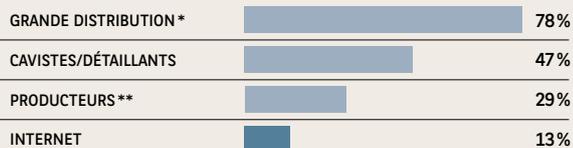


* Hypermarché, supermarché, supérette
 ** Au domaine ou sur des Salons

"Sur quels types de sites Internet achetez-vous du vin?"



"Où achetez-vous le plus de vin?"



Source : Les Echos - Baromètre Savine
 Étude réalisée sur un échantillon de 1 112 personnes représentatif de la population Française. Âgées entre 18 et 65 ans.



PANORAMA DES ACTEURS DE LA VENTE EN LIGNE

Les pure players généralistes sont dominés par deux acteurs qui en moins de dix ans ont su prendre la place de co-leaders, Vente-privee.com et Cdiscount.com. Orienté sur le déstockage de vins haut de gamme, le positionnement de Vente-privee.com s'est encore renforcé en 2017, avec le rachat du spécialiste des box dans le vin «Le Petit Ballon». Les deux leaders français, avec environ 100 millions de chiffre d'affaires, ne concentrent cependant qu'une partie très modeste des ventes totales de vins. Les autres acteurs tels Amazon, eBay (uniquement aux États-Unis), Priceminister, sont moins présents dans le domaine du vin.

TOP 2 DES PURE PLAYERS GÉNÉRALISTES DU MARCHÉ FRANÇAIS

	Année d'entrée sur ce marché	Chiffre d'affaires 2016 en M€	Nombre de bouteilles commercialisées
Vente-privee.com	2005	60	4,4 Millions
Cdiscount.com	2007	40	4 Millions

Source : XERFI

TOP 6 DES E-CAVISTES DU MARCHÉ FRANÇAIS

Société	Chiffre d'affaires en ME	Nombre de visites/mois
Millesima.fr	28,9 (2016)	92 250
Lavinia.fr	21,5 (2015) dont 3,5 sur le net	71 250
Millesimes.com	16,7 (2015) dont 5 sur le net	35 000
Vinatis.com	12,5 (2015)	357 000
Chateaunet.com*	9 (2016)	227 500
Wineandco.com	7,6 (2014)	92 500

* Groupe Duclot (négoce bordelais)

Source : XERFI

Les pure players spécialistes, où l'on retrouve tant des acteurs de taille importante (Millesima, Lavinia...), qu'une multitude de petits acteurs se positionnant souvent sur des niches (un seul terroir, vins étrangers, bio...). Ces sites de niche spécialisés, en renouvellement permanent, enrichissent de manière significative l'offre de vins disponible sur Internet. Depuis 2015, ils ont connu une forte concentration. De nombreux sites « semi-professionnels », qui représentaient pour leur gérant une activité annexe, sans investissement significatif en ressources humaines et/ou financières, ont mis un terme à leur activité.



AUTRES OPÉRATEURS PRÉSENTS DANS LA VENTE EN LIGNE DE VIN

société	Chiffre d'affaires en ME
Idealwine.com	5,1 (2015)
Cavissima.com	1,6 (2015)

Source : XERFI

La vente en ligne recense de nombreux acteurs au profil atypique et très spécialisé, à l'instar d'Idealwine.com (numéro 2 mondial de la vente en ligne de vins aux enchères) et de Cavissima.com (gestionnaire de caves en ligne).

TOP 6 DES PRINCIPAUX GROUPES INTERVENANT DANS LA DISTRIBUTION DE VIN EN FRANCE *

Distributeurs de vin	Ventes en millions d'euros	Nombre de magasins en France
Groupe Castel (dont Nicolas)	300 (2016)	500
Geci-Caravin (dont Famille Lurton)	55 (2016)	151
V and B	77 (2015)	146
Maison Richard (dont Inter Caves)	nd	96
La Martiniquaise	15.2 (2015)	38
C10	nd	32

* Classement par nombre de points de vente

Source : XERFI

Les enseignes de cavistes présents en ligne sont pour la grande majorité des acteurs historiques intervenant depuis une dizaine d'années. Elles réalisent un chiffre d'affaires en ligne de plus d'un million d'euros et ont une présence physique nationale importante (Nicolas, Les Repaires de Bacchus, Inter Caves...). Leur modèle est simple : transposer le marché physique vers internet. C'est un modèle qui a fait ses preuves depuis plus de dix ans, mais qui ne séduit qu'une partie des acheteurs.

On retrouve ensuite sur ce segment de **nombreux cavistes physiques** de moindre taille qui ont conçu un site Internet afin de tirer profit des avantages de la vente en ligne. Pour ces dizaines de cavistes, leur activité en ligne ne dépasse généralement pas 100 000 euros et représente une source complémentaire de revenu.

TOP 6 DES PRINCIPAUX ACTEURS DE LA GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE EN FRANCE*

Société	Nombre de points de vente en France
Groupe Carrefour	2 087
Intermarché	1 821
Groupe Casino	1 347
Système U	1 116
Groupe E. Leclerc	662
Groupe Auchan	561

* Classement par nombre de points de vente en France, hors drives

Source : XERFI

L'arrivée de nouveaux entrants et les récentes évolutions du marché poussent les cavistes à repenser leur activité en développant des « box » et des ventes privées et/ou en favorisant la mutualisation entre site et boutique physique dans une logique cross-canal. Le caviste Nicolas, fort de ses 500 boutiques physiques, dispose de tous les atouts nécessaires pour être le caviste leader sur ce marché : conseil, offre, proximité, marque connue...

La grande distribution alimentaire a manqué le virage de la vente à distance et cherche un modèle pour s'y faire une place aux côtés des e-commerçants. Elle voit la vente de vin en ligne comme une source de revenu et n'est pas suffisamment centrée sur le client. L'intégration de la vente en ligne est plus difficile pour les enseignes d'indépendants (E. Leclerc, Système U, Intermarché...) que pour les enseignes intégrées (Auchan, Carrefour...). L'essentiel des ventes en ligne de vin pour la grande distribution se déroule durant les foires aux vins.

Pour autant, les enseignes de grande distribution alimentaire ont toutes les clés pour réussir sur ce marché. Elles bénéficient de l'étendue de l'offre proposée en magasin, de l'importance de leur base de données clients, de leur connaissance du marché, de leur fort pouvoir de négociation et d'un maillage du territoire français important.

Face aux acteurs établis du e-commerce du vin, de nouvelles entreprises continuent de se lancer. Internet est un fabuleux terrain de jeu pour les entrepreneurs et les start-up. Aussi a-t-on vu ces dernières années des entrepreneurs se lancer dans l'Internet du vin et entraîner une évolution vers la vente de vin 2.0, avec de nouveaux modèles économiques et de nouveaux facteurs de succès.





LE SHAZAM DU VIN

Créé par un Danois, installé en Californie, **Vivino «le Shazam du vin»** s'adresse à un public de passionnés et d'amateurs de vins. Elle propose de les aider à choisir le cru adapté à une envie du moment, en scannant l'étiquette de la bouteille avec son smartphone. L'application sauvegarde ensuite celles qui ont été appréciées par l'utilisateur pour faire des suggestions d'achat basées sur ses préférences. Vivino revendique 13 millions d'utilisateurs de l'application à travers 228 pays. Reste que de nombreuses applications proposent un service similaire et que le business model n'est pas simple à optimiser.

LES CLÉS DU SUCCÈS SUR LE MARCHÉ DE LA VENTE EN LIGNE DE VIN

Être orienté consommateur

Seules les entreprises qui sont «orientées consommateur» et qui sauront au mieux gérer les données clients pourront survivre (c'est le consommateur qui décide car il a tous les outils pour le faire). Le site américain Total Wine and More a généré en 2016 plus de 2 milliards de dollars de chiffre d'affaires. On peut attribuer ce succès à son réseau de boutiques et à l'essor de son site Internet, en plus du mobile. Après avoir développé une base de données client, cet opérateur exploite au mieux les données générées par celle-ci.

Avoir une logistique sans faille

Le développement du marché de la vente en ligne de vin ne se fera pas sans des solutions logistiques adaptées et compétitives économiquement, mais aussi en augmentant la qualité de service (délais courts, livraison à l'étage ou à la cave, créneau horaire de livraison plus court – 30 minutes –...).

La logistique, la préparation et la livraison des commandes deviennent des facteurs clé de succès. On constate depuis un an que ce marché commence à se professionnaliser. Amazon avec sa logistique irréprochable dicte un modèle que les acteurs de la vente de vin en ligne tentent de copier. À Paris, la célèbre enseigne Lavinia intègre dans son offre de livraison, le système «Amazon Prime Now».

Exploiter le «cross-canal»

Aujourd'hui, la complémentarité entre site web et magasin est un réel avantage concurrentiel. Il faut être présent au «bon moment» et «au bon endroit» en fonction de ce que souhaite le client. Même si le modèle optimal n'est pas encore trouvé, l'objectif est de ne pas cannibaliser les ventes en magasin tout en profitant du relais de croissance que représente la vente en ligne. Le challenge est donc d'offrir une expérience plus fluide aux acheteurs. Encore faut-il avoir une stratégie de prix cohérente : comment maintenir sur le long terme des prix en magasin plus élevés que sur le site Internet ?



Nous livrons, à Paris et à Londres, en moins de 30 minutes du vin commandé sur internet. >>>



INTERVIEW

PIERRE NICOLET, CO FONDATEUR DE KOL

Notre Histoire

Kol, c'est l'histoire d'un Parisien épicurien, préférant les soirées entre amis dans des appartements aux boîtes de nuits pleines à craquer de la capitale. Rapidement rejoint par deux compagnons passionnés d'œnologie, ils créent KOL afin d'offrir aux Parisiens et Londoniens un service unique combinant découvertes, innovations et praticité. C'est ainsi que KOL apparaît et livre des vins et spiritueux via le biais d'une application mobile, à toutes heures soucieux de combiner prix attractifs, livraison à domicile et découvertes de boissons singulières.

A l'instar des «foodtech», le service actuellement disponible à Paris et à Londres via une application iOS, Android et un site e-commerce, fonctionne avec une flotte de 100 livreurs indépendants. Ceux-ci sont rémunérés en fixe et en variable, en fonction du nombre de livraisons réalisées. Quant aux bouteilles, stockées à température de dégustation dans trois entrepôts parisiens, elles sont livrées en moins de 30 minutes du mardi au dimanche.

Travaillant en direct avec une centaine de producteurs, Kol recherche une «démarche épicurienne» dans un secteur en panne d'innovation. La plateforme propose ainsi une sélection originale allant de la bière artisanale aux grands crus classés, renouvelée mensuellement, et élaborée avec l'aide d'œnologues qui collaborent avec la marque depuis son lancement. La start-up travaille en direct avec de nombreux domaines viticoles et permet à de nombreux vignerons indépendants de proposer leurs produits directement sur la plateforme. Les retours de ces derniers furent extrêmement positifs, Kol leur permettant de rajeunir leur image en proposant leurs produits sur un nouveau canal de distribution et de contourner les grandes surfaces aux conditions souvent peu avantageuses. En réduisant les intermédiaires, la jeune pousse se permet ainsi de proposer des tarifs concurrentiels par rapport à des concurrents tels que le caviste Nicolas.

Fort d'une première levée de fonds de 650 000 € réalisée en décembre 2016 auprès de Business Angels prestigieux, Kol finalise actuellement sa deuxième levée de fonds d'un montant de 1 million d'€ pour une valorisation de 3 millions d'€. Au 1^{er} janvier 2018, la jeune start-up avait déjà validé 750 000 € avec un closing final prévu le 28 février. Cette nouvelle levée de fonds devrait permettre à Kol d'accélérer son développement à Paris avec davantage de moyens marketing afin de devenir l'acteur de référence numéro 1 dans la capitale. Cette levée de fonds devrait également permettre de recruter des talents et d'offrir une meilleure expérience client en ajoutant davantage de moyens technologiques.

L'équipe

Martin Gunther

Marketing & Communication

Après ses études à l'École Normale Supérieure de la rue d'Ulm en économie, à la London School of Economics (LSE) et à l'université de St Andrews en Finance, Martin débute sa carrière en cofondant KMG Partners, une organisation spécialisée dans le conseil hôtelier.

Pierre Nicolet

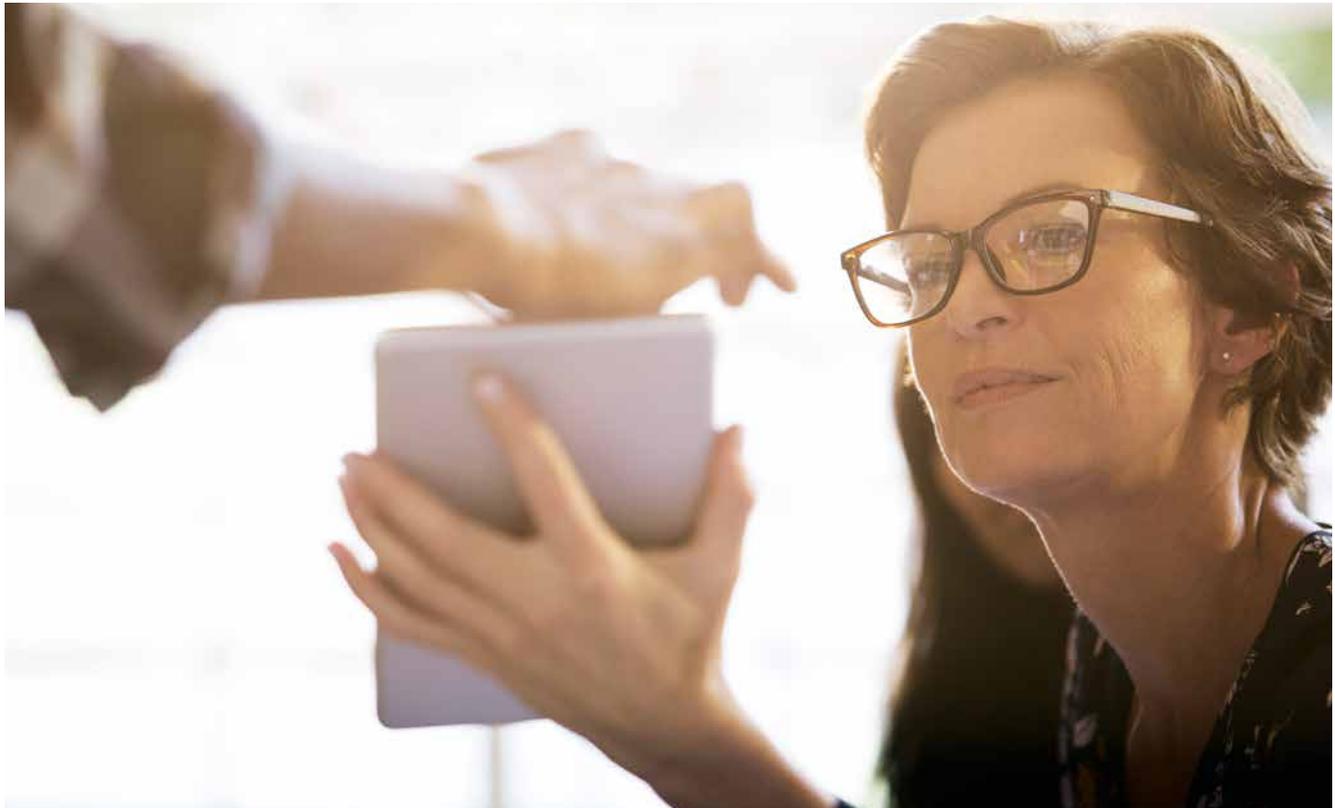
Logistique & Finance

Diplômé d'un master en Finance de l'Université de St Andrews, Pierre débute sa carrière chez Goldman Sachs à Londres dans le département Private Equity du Alternative Investments & Manager Selection Group.

Baptiste Guez

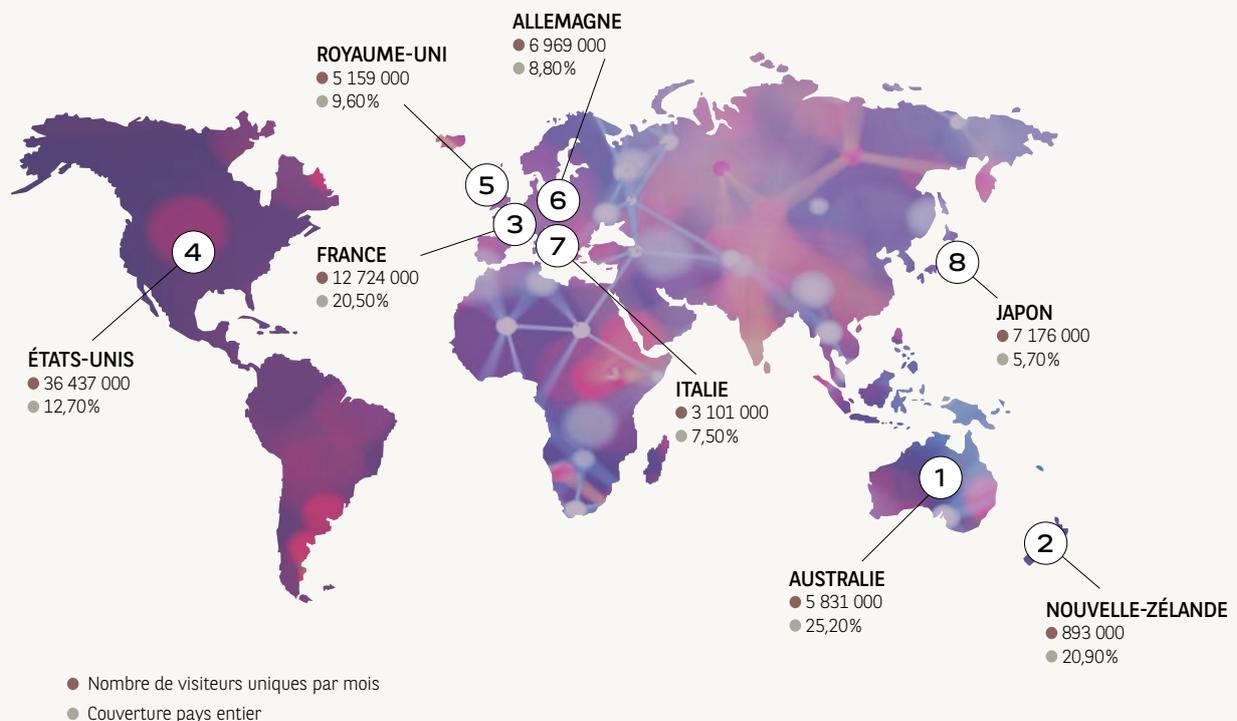
Commercial

Ancien consultant en amélioration de la performance chez Ernst & Young, Baptiste est diplômé d'Audencia, spécialisé en marketing et management.



LA FRANCE EN 3^e POSITION DES MEILLEURES COUVERTURES INTERNET MONDIALES

Bien entendu tous les services internet n'existeraient pas à la base sans le développement important d'infrastructures et de réseaux. Notons que selon une enquête de Médiamétrie en 2016, la France est en 3^e position des meilleures couvertures internet mondiales.



Source : Médiamétrie 2016

L'ambition d'être une passerelle entre acheteurs, producteurs et médias. »»»



3 QUESTIONS À

GUILLAUME DEGLISE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE VINEXPO.

Vinexpo remporte un franc succès en France et à l'étranger, à quoi attribuez-vous ces résultats ?

Vinexpo est précurseur dans son domaine. Créé en 1981, il reste aujourd'hui le rendez-vous incontournable des professionnels des vins et spiritueux. Plus qu'un salon, Vinexpo a l'ambition d'être une passerelle entre acheteurs, producteurs et médias. Notre objectif est d'accompagner nos clients vers des opportunités d'affaires et de leur donner accès aux marchés émergents. Nous devons être actifs et faire évoluer nos offres pour répondre aux demandes du marché et de nos clients. C'est pourquoi nous avons lancé Vinexpo Explorer en septembre 2017 et Vinexpo New York les 5 et 6 mars 2018. Nous avons aussi créé en juin 2017 l'espace World of Organic Wines ! Dédié aux vins biologiques et biodynamiques (espace très apprécié que nous renouvelons lors de notre 20^e édition hongkongaise). Et enfin nous venons d'annoncer le lancement de Vinexpo Paris en janvier 2020. Nos équipes mettent un point d'honneur à accueillir petits et grands producteurs et acheteurs du monde entier afin de les accompagner et de leur offrir la prestation la plus qualitative. Un travail exigeant qui, selon moi, fait la différence et qui fait de chaque événement Vinexpo un moment phare du calendrier des professionnels de la filière.

Comment évolue le marché du vin, quelles sont les récentes innovations ?

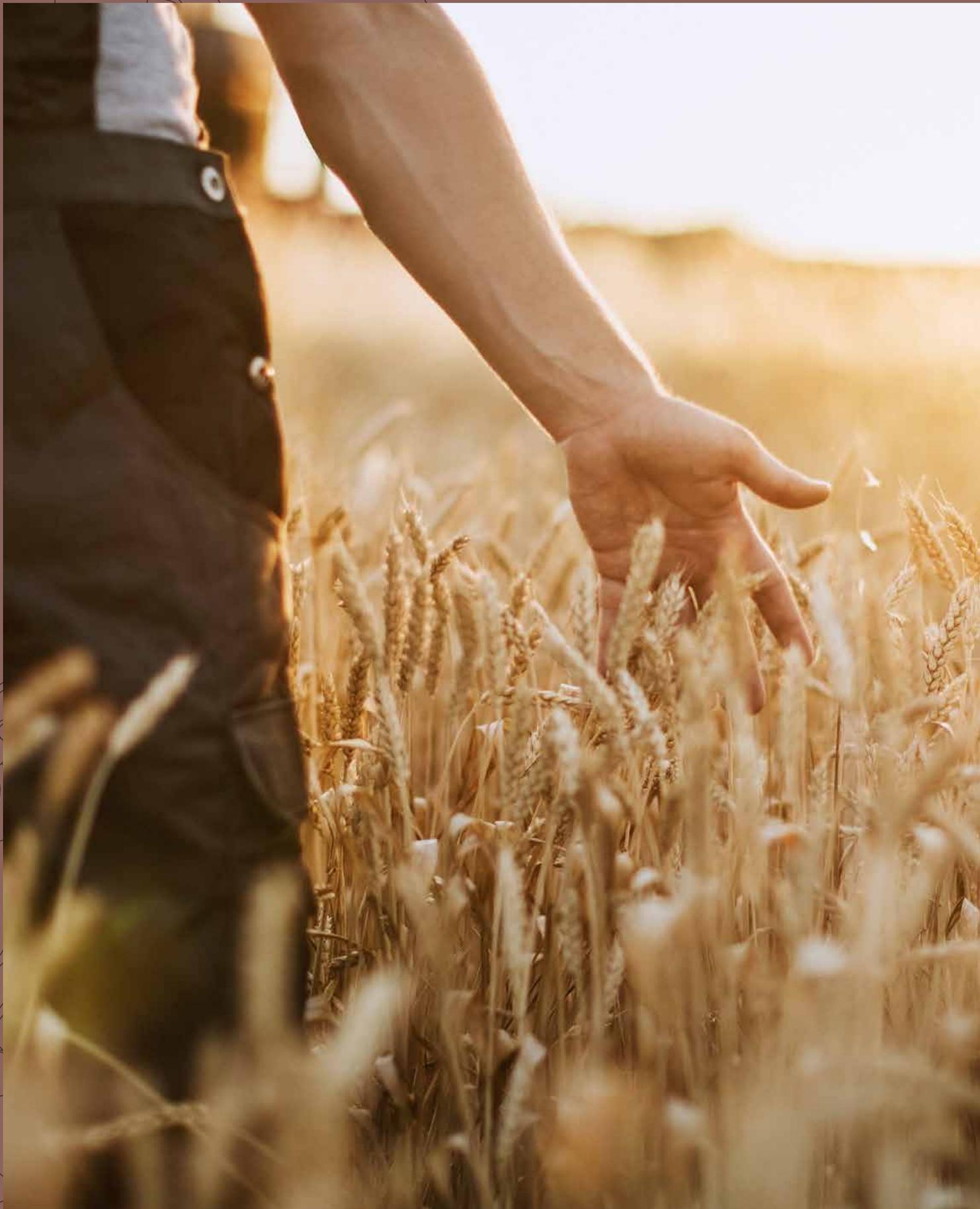
Nous avons connu un formidable développement du « Grand Export », le marché du vin est devenu un marché global. Un vin sur trois consommé dans le monde est un

vin importé. Nos études prospectives, réalisées en collaboration avec le Cabinet britannique The IWSR, indiquent que la croissance de consommation de vin est aujourd'hui tirée par les États-Unis et la Chine. Le Canada et le Japon sont également des marchés dynamiques et il existe de nouvelles opportunités en Afrique, au Mexique, au Vietnam ou en Thaïlande. Mais n'oublions pas que l'Europe représente toujours 60% de la consommation de vin dans le monde !

Que pensez-vous d'internet et notamment du e-commerce ?

Le digital accélère l'accès à l'information et la distribution demeure une des principales problématiques de la filière des vins et spiritueux. La montée en puissance du e-commerce est donc un enjeu majeur pour nos clients. En Chine, le commerce en ligne représente aujourd'hui plus de 500 millions de consommateurs potentiels. Une évolution du marché à laquelle nous sommes heureux de participer à travers le partenariat que nous avons signé avec Alibaba sur les quatre prochaines années. Capable d'organiser sur Internet des événements tels que des foires aux vins et de livrer les achats dans des villes de 2^e ou 3^e rang en Chine, Alibaba est devenu une plateforme commerciale très performante pour les vins et spiritueux.

Sur nos salons, nous invitons des grands acteurs du secteur à venir partager leurs expertises sur le e-Commerce. C'était le cas en juin dernier à Bordeaux avec vente-privée.com, wine.com, Alibaba et Cdiscount. Vinexpo New York sera de nouveau l'occasion de mettre cette thématique au cœur du débat.





PANORAMA

PANORAMA DU FONCIER RURAL 2017

TERRES
-AGRICOLES
P. 22

VIGNOBLES
P. 28

FORÊTS
P. 34



TERRES AGRICOLES



AGRICULTURE

RÉCOLTE 2017 EN HAUSSE



BLÉ TENDRE

73,5 q/ha

⬆️ +36,1% Var./2016



ORGE

63,4 q/ha

⬆️ +17,1% Var./2016



COLZA

38 q/ha

⬆️ +12,9% Var./2016



MAÏS

96 q/ha

⬆️ +11% Var./2016



TOURNESOL

27,8 q/ha

⬆️ +35,9% Var./2016



BETTERAVES

899,9 q/ha

⬆️ +22,8% Var./2016



Source : Agreste

La nette amélioration des rendements en blé comme en maïs entraîne une augmentation annuelle de 26% de la production de céréales. La production d'oléagineux s'accroît de 18% sur un an grâce à des rendements record (notamment en tournesol). La fin des quotas a permis une belle progression de la production de betteraves.



BLÉ TENDRE

Au 1^{er} janvier 2018

151€/tonne

↓ -9,6%



source : Terre-net.fr

MAÏS

Au 1^{er} janvier 2018

148€/tonne

↓ -8,6%



source : Terre-net.fr

COLZA

Au 1^{er} janvier 2018

354€/tonne

↓ -9%



source : Terre-net.fr

Côté prix, en blé, l'augmentation des récoltes au Canada conforte un environnement baissier. La Russie, qui est en passe de devenir le premier exportateur mondial de blé, affiche avec 32 millions de tonnes des exportations record. Le blé européen connaît deux segments de marché. Le premier segment, qui comprend les blés français à faible taux protéique (-13%), subit la pression mondiale et les exportations russes. Le second segment, avec des blés plus protéinés (Allemagne et Pologne), résiste mieux en prix. Pour le maïs, l'offre mondiale reste très abondante et les prix sont tirés à la baisse.

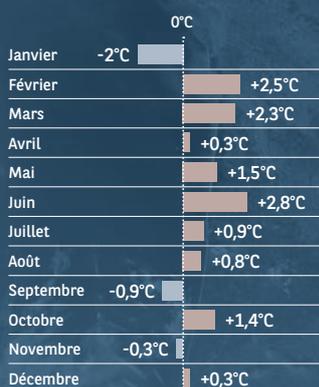
Les prix en colza sont tirés vers le bas par les huiles et impactés par la hausse du stock des huiles de palme en Malaisie. Les cours devraient cependant remonter, car la demande mondiale reste soutenue. En effet, les échanges mondiaux ont triplé depuis 2005 alors que la production n'a progressé que de 60%.

MÉTÉO 2017

UNE ANNÉE PLUS DOUCE
AVEC 9 MOIS AU-DESSUS
DES MOYENNES SAISONNIÈRES.

SEULS LES MOIS DE JANVIER, SEPTEMBRE
ET NOVEMBRE ONT ENREGISTRÉ DES TEMPÉRATURES
INFÉRIEURES AUX MOYENNES SAISONNIÈRES.

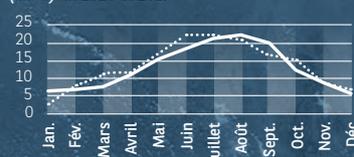
ÉVOLUTION DES TEMPÉRATURES
COMPARÉES AUX MOYENNES
SAISONNIÈRES (2017 - 2016)



Source : Météocontact.fr

TEMPÉRATURES MENSUELLES

(en °C) en 2016 et 2017



PRÉCIPITATIONS MENSUELLES

(en mm) en 2016 et 2017



Source : Infoclimat.fr / Station de PARIS MONTSOUSIS

Le début d'année 2017 s'est avéré plus froid qu'en 2016 avec un mois de janvier inférieur de 2°C aux normales saisonnières. Février a compensé ce déficit avec un printemps également excédentaire au niveau des températures.

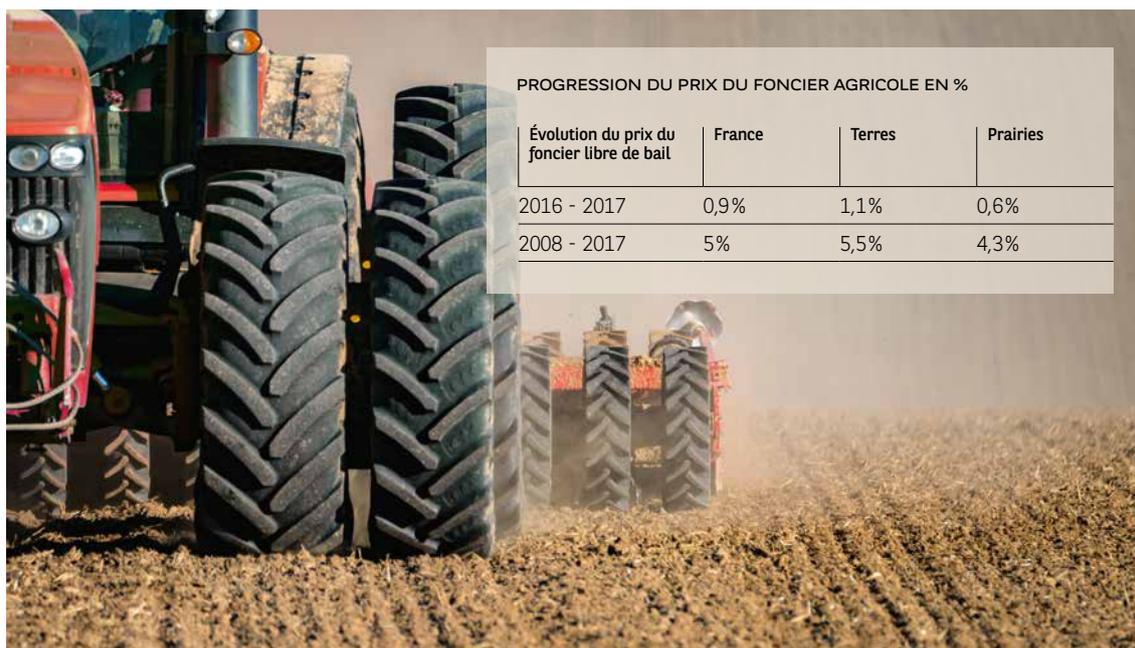
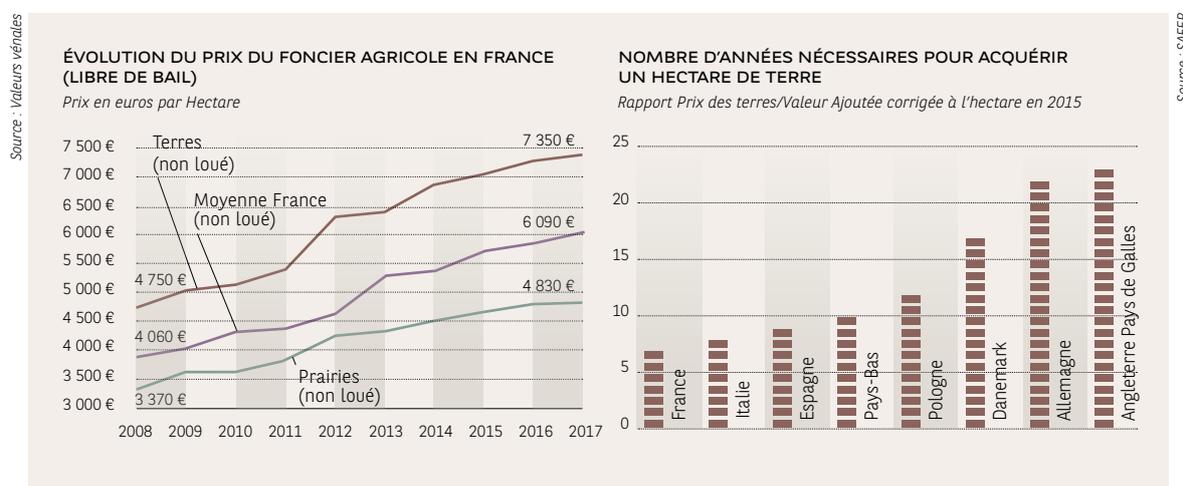
C'est en juin que la chaleur a été la plus forte. La barre des 35°C a été atteinte quotidiennement dans de nombreuses régions. Début août la chaleur s'est montrée accablante dans le sud-est. Cette douceur s'est accompagnée d'une sécheresse historique en Provence-Alpes-Côte d'Azur avec un déficit pluviométrique de 35%. Seul le nord-est a totalement échappé à cette sécheresse grâce à plusieurs épisodes de fortes pluies. Les précipitations sont restées très largement déficitaires sur la quasi-totalité du territoire jusqu'au mois d'octobre. Le mois de décembre a renoué avec la fraîcheur et les pluies généralisées. Au final, l'année 2017 a été plus douce et légèrement plus humide que 2016.

MARCHÉ DU FONCIER AGRICOLE

RALENTISSEMENT DE LA HAUSSE DES PRIX

En 2017, le prix d'un hectare de foncier agricole français cote en moyenne 6 090 euros. Il n'a progressé que de 0,9% par rapport à 2016, contre plus de 5% durant les 10 dernières années. Ce fort ralentissement est, comme l'année précédente, à mettre en perspective avec la baisse des revenus et des prix des produits agricoles.

Pour autant, les valeurs vénales progressent et les transactions restent actives sur le foncier de qualité. Les prix français sont toujours inférieurs aux prix constatés chez nos voisins européens et le marché du foncier à vendre est limité. Il représente moins de 2% de la surface agricole utilisée. Enfin, le marché de l'urbanisation semble repartir sous la pression foncière des grands centres urbains.





Dans un contexte de taux bas, le foncier agricole demeure intéressant

Pour un propriétaire bailleur, le foncier loué vaut en moyenne 5 040 euros par hectare. Il progresse de 1,8% par rapport à 2016, soit 1% de plus que le foncier libre de bail. Cette hausse est particulièrement marquée pour les terres céréalières qui augmentent de 2%, contre 1,6% pour les prairies.

ÉVOLUTION DU PRIX DU FONCIER AGRICOLE LOUÉ PAR BAIL

Terres et prés loués par bail	2017 €/ha	2016 €/ha	2016-2017
Moyenne France	5 040	4 950	+1,8%
Terres louées*	6 180	6 060	+2,0%
Prairies louées*	3 900	3 840	+1,6%

*moyenne

Source : Valeurs Vénales

Les terres céréalières devancent toujours les prix des prairies

Les prix pratiqués en grandes cultures sont supérieurs de 34% à ceux en zones d'élevage. Il faut compter en moyenne 7 350 euros pour un hectare de terre céréalière, contre 4 830 euros pour un hectare de pré. Ces prix progressent peu en 2017 : + 1,1% pour les terres contre + 0,6% pour les prairies.

En haut de l'échelle, les meilleures zones céréalières s'échangent à des niveaux supérieurs à 20 000 euros par hectare. On peut citer la région Nord Pas de Calais, le Santerre, la Champagne Crayeuse ou le Saint Quentinois... ou certaines régions du Sud de la France, comme la Crau, ou la Vallée de la Durance.

En bas de l'échelle, le foncier le moins cher cote entre 2 500 et 3 000 euros par hectare. Comme par exemple, la Mayenne, le Jura ou le Morvan.

Pour la première fois depuis 10 ans, les loyers sont en baisse de 2,6% par rapport à 2016. Néanmoins, avec un fermage moyen de 164 euros par hectare et par an, le rendement locatif brut du foncier agricole loué s'établit tout de même à 3,3% par an. Ce qui dans l'environnement actuel des taux bas, n'est pas négligeable. En fonction des régions et du type de foncier, ce rendement brut moyen oscille entre 3,7% pour les prairies et 3% pour les terres céréalières.

Plus que jamais les modèles économiques évoluent vers la recherche de valeur ajoutée, quitte à ce que le capital foncier (immobilier) et le capital d'exploitation soient de plus en plus dissociés comme c'est le cas dans le commerce ou l'industrie. Les exploitations individuelles qui représentaient 58% des surfaces en 2000, diminuent et ne représentent plus que 38% des surfaces en 2013. Dans le même temps, les sociétés d'exploitation augmentent. De nouveaux modes de financement alternatifs apparaissent : crowdfunding, portage du foncier par des investisseurs extérieurs... Dans ce contexte, on assiste à une augmentation du nombre d'investisseurs non exploitants, car à moyen terme et dans une logique de diversification, le foncier agricole comme le foncier viticole demeurent des placements sûrs et intéressants.





VIGNOBLES

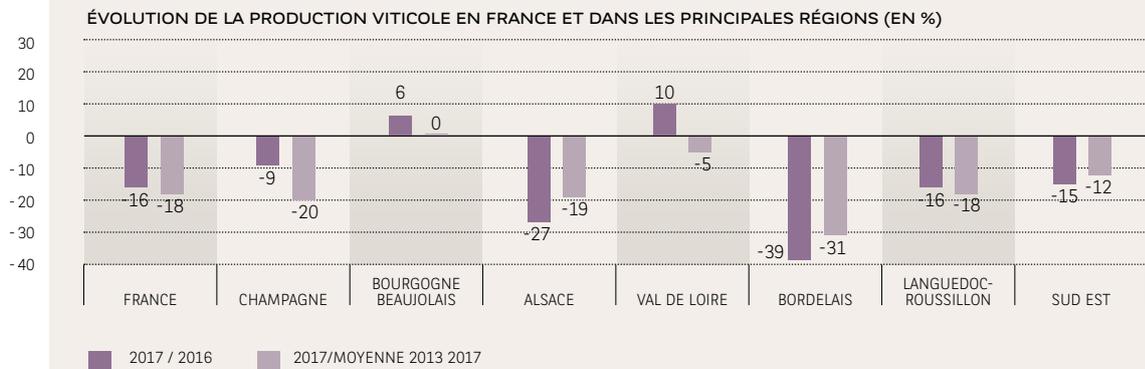


VIN

2017 UN TRÈS BON MILLÉSIME, LIMITÉ EN VOLUME



SEULS LA BOURGOGNE-BEAUJOLAIS ET LE VAL DE LOIRE
CONNAISSENT UNE PROGRESSION DE LEUR RÉCOLTE PAR RAPPORT À 2016!



Source : Agreste

Plus faible récolte française depuis 10 ans, avec seulement 35,6 millions d’hectolitres (Mhl), la vendange de 2017 est en baisse de 16% par rapport à 2016. Pour la première fois, les deux autres grands pays producteurs, l’Italie et l’Espagne, sont touchés en même temps. Une situation inédite qui ouvre des opportunités aux pays du Nouveau Monde. Des parts de marché restent à saisir, à un moment où la consommation mondiale continue de progresser. Pour éviter de perdre des clients et des marchés, les caves vont devoir gérer au mieux le manque de volume en jouant sur les stocks. Plus que jamais, la question de la sécurisation des approvisionnements reste d’actualité. Pour éviter la flambée des cours, production et négoce semblent prêts à signer des contrats pluriannuels avec un engagement sur les volumes et sur les prix. Le groupe Castel, le premier négociant français propose ainsi des contrats avec mention du prix pour des IGP Pays d’OC.

VIGNOBLES

EN BOURGOGNE ET BEAUJOLAIS

Malgré une sécheresse importante en Beaujolais, la production de la zone Bourgogne-Beaujolais est en hausse sur un an (+6%), tirée par la hausse de la production en Bourgogne.

DANS LE CENTRE VAL DE LOIRE

La production est en hausse par rapport à la faible récolte de l'année précédente (+ 10%), mais inférieure de 5% à la moyenne 2012-2016. Les rendements en jus ont été faibles sur certains cépages.

EN CHAMPAGNE

Les conditions orageuses à partir de fin août ont favorisé la pourriture sur grappe en Chardonnay, ce qui a obligé à des tris au moment de la vendange et a pesé sur le volume de production. Les orages estivaux ont occasionné des dégâts. Le gel de printemps aura été moins destructeur que celui de 2016. La production est en baisse sur un an (-6%).

EN BORDELAIS

Les vendanges ont été précoces. L'alternance de précipitations et de chaleur a permis le grossissement des baies. A cause du gel, la production est inférieure de 39% à

la récolte importante de 2016. Par rapport à la moyenne quinquennale, la production de 2017 est en retrait de 31%.

EN LANGUEDOC-ROUSSILLON

Les vendanges se sont terminées précocement. Le climat chaud, sec et venteux a fortement impacté le grossissement des baies. De sévères gelées de printemps dans l'Aude et l'Hérault, ont également impacté la production qui est en retrait de 16%. En revanche, l'état sanitaire est très bon.

EN PROVENCE ET CÔTES-DU-RHÔNE

Les vendanges se sont terminées en septembre avec une avance d'une dizaine de jours. La sécheresse, une forte canicule et du vent ont déshydraté les raisins avant vendanges. Ceux-ci ont été majoritairement de petite taille. Les rendements en jus se sont révélés en retrait de 15% par rapport à 2016.

EN ALSACE

la production est très inférieure à celle de 2016 (-27%), le gel de printemps ayant fortement entamé la production, comme dans le Jura.

Source : FEVS

EXPORTATIONS VINS ET SPIRITUEUX : ÉVOLUTION DU SOLDE COMMERCIAL DEPUIS 2010

en milliards d'euros



Le chiffre d'affaires des vins et spiritueux français à l'export a bondi de 8,5% pour atteindre selon la Fédération des exportateurs de Vins et Spiritueux (FEVS), 12,9 milliards d'euros en 2017, soit le double de 2004! Il s'agit d'une très belle progression pour la filière qui représente à l'exportation environ 300 000 emplois. En dépit de l'appréciation de l'euro et des incertitudes géopolitiques, les vins avec 8,66 milliards d'euros, progressent de 9,6% et les spiritueux franchissent pour la première fois la barre des 4 milliards d'euros, avec 4,2 milliards d'euros et une évolution positive de 6,3%.

Au global, les vins et spiritueux conservent avec 11,5 milliards d'euros, leur place de second poste excédentaire de la balance commerciale de la France, derrière l'aéronautique et devant les parfums et cosmétiques.

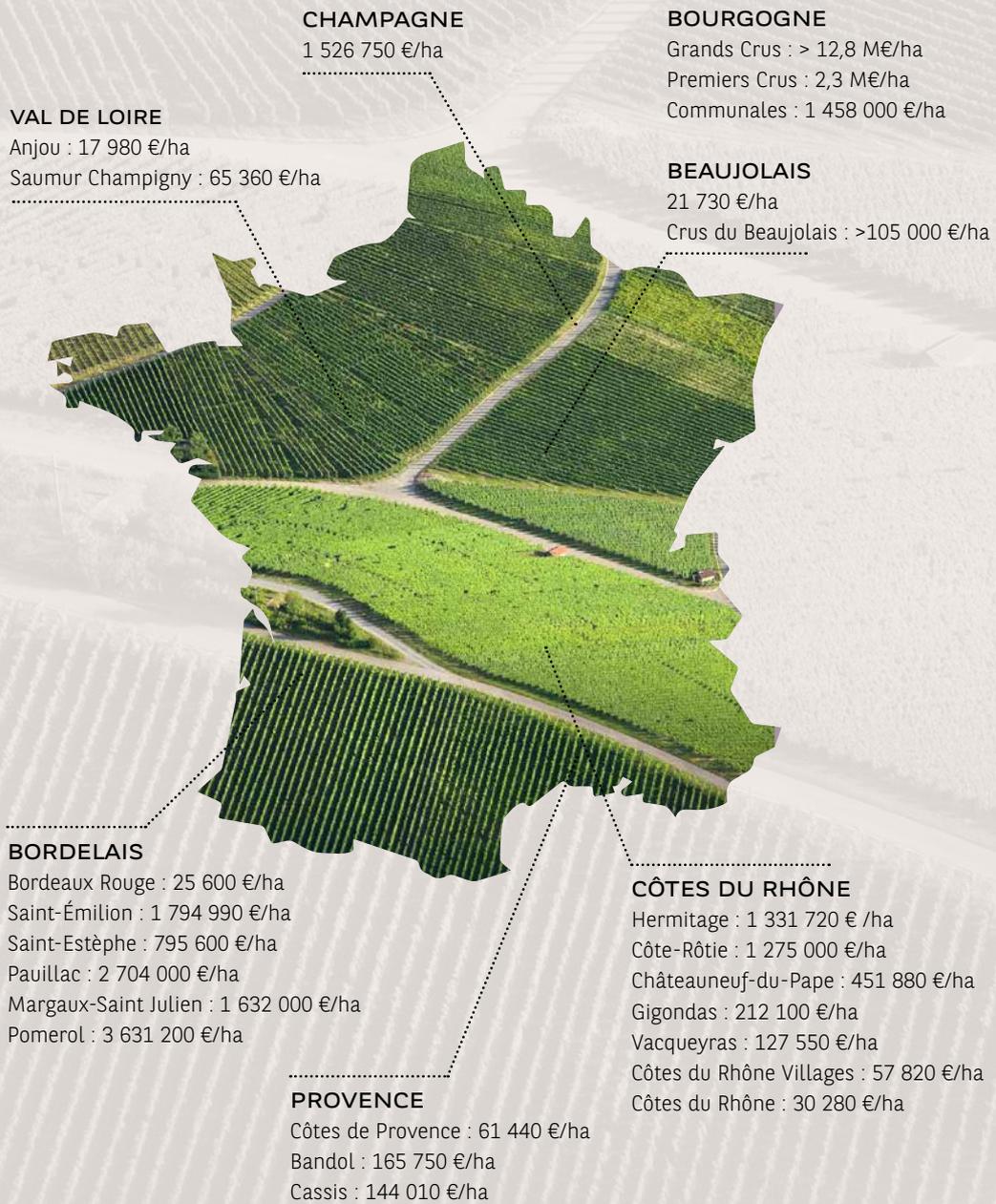
Bonne nouvelle, les volumes progressent également (+5%) et on estime que pas moins de 200 millions de caisses ont été exportées en 2017.

Côté destinations, la croissance résulte à plus de 80% du dynamisme des pays tiers, c'est-à-dire en dehors du marché européen. Les États-Unis avec 10% de croissance et 3,08 milliards d'euros, sont toujours la première destination, suivis par le Royaume-Uni (1,34 milliards d'euros/ +2,7%) et la Chine (1,17 milliards d'euros/ en forte progression avec +24,5%).



FONCIER VITICOLE

DES VALEURS QUI PROGRESSEDENT
EN MOYENNE



Prix maximums 2017

FONCIER VITICOLE

DANS LA PLUPART DES APPELLATIONS, LE FONCIER VITICOLE AUGMENTE GRÂCE À UNE MEILLEURE SANTÉ ÉCONOMIQUE DU SECTEUR VITICOLE FRANÇAIS. RARES SONT LES APPELLATIONS OÙ LE PRIX DU FONCIER BAISSÉ EN 2017.

Dans de nombreuses régions, même en entrée de gamme et hormis quelques rares exceptions, les prix du foncier viticole progressent. On assiste depuis une petite dizaine d'années à une embellie qui s'explique en grande partie par une augmentation de la consommation mondiale et une dynamique à l'exportation.

La Champagne contribue pour une large part à ce phénomène, mais aussi d'autres zones telles que le Bordelais (premier marché en valeur), la Bourgogne, la Vallée du Rhône et la Provence. Sur 10 ans et sur toutes les appellations, les prix progressent de 3,7% par an. Hors Champagne, cette hausse annuelle n'est que de 3% en moyenne.



Comme en agriculture, près d'un hectare sur trois est vendu loué et le marché des transactions représente moins de 2% de la surface globale. Le prix moyen des vignobles s'établit autour de 140 000 euros par hectare, mais il existe des différences notables région par région et appellation par appellation.

VIGNOBLES

BORDEAUX

Le marché du foncier viticole est très dynamique dans le Bordelais. Environ 2% de la surface des 115 000 hectares de ce vignoble sont vendus chaque année. Ce qui représente environ 2 500 hectares. La palette est large et ouverte à tous les profils d'acheteurs : de 20 000 euros l'hectare pour un Bordeaux à plus de 3,6 millions d'euros l'hectare en Pomerol. Les prix progressent dans les appellations prestigieuses. Saint Emilion à 1 794 180 euros l'hectare est en hausse de 15% par rapport à 2016. Pomerol progresse de 9,6% en un an et détient toujours le record de valorisation en Bordelais. En Saint-Estèphe, les prix progressent de 8,7% : il faut compter entre 795 600 euros pour un hectare contre 732 000 euros un an auparavant. Margaux et Saint Julien sont valorisés à plus d'1,6 million d'euros l'hectare. Pauillac baisse légèrement de 1,7%. Il se valorise tout de même à 2 704 000 euros l'hectare.

En bas de gamme, les appellations augmentent moins fortement. Bordeaux et Fronsac se redressent et augmentent respectivement de 3,5% et 10,8%, après avoir perdu plus de 50% durant les 20 dernières années.

CHAMPAGNE

Le marché champenois reste très actif et le leader en valeur. Il est alimenté par des petites surfaces cédées de 15 ares en moyenne. L'offre est ainsi accessible à un grand nombre d'acheteurs restant majoritairement des viticulteurs implantés. Le prix moyen de l'hectare de vigne en AOP Champagne oscille entre 1,2 et 1,5 million d'euros environ. Le prix de la vigne en Champagne a progressé de 3,4% annuellement depuis 10 ans. Dans le secteur très prisé de la Côte des Blancs, les prix oscillent entre 2 millions en moyenne à 2,2 millions d'euros maximum.

BOURGOGNE

Le foncier viticole bourguignon est rare et quelques transactions très emblématiques boostent les prix des Grands Crus. En appellation Communes, il faudra compter entre 0,9 et 1,4 million d'euros par hectare, alors qu'un Premier Cru cote entre 2 millions et 3,2 millions d'euros

environ pour les plus belles appellations. Quant aux Grands Crus très rares, les prix flambent. Cette tension provoque des remous sur toute la région et les viticulteurs Côte-d'Oriens prospectent les vignobles moins chers de la Saône-et-Loire ou du Beaujolais.

CÔTES DU RHÔNE

Au nord, le marché est très étroit, les prix pratiqués en Côte-Rôtie ou Hermitage peuvent rapidement dépasser 1,2 million d'euros l'hectare. L'appellation Hermitage cote 1 331 720 euros et progresse de 4,4%, alors qu'en Côte-Rôtie, le prix est de 1 275 000 euros et progresse de 3,7% par rapport à 2016.

Plus au sud, en Côtes du Rhône méridionales, l'AOP Côtes du Rhône progresse et se valorise entre 20 000 et 30 000 euros l'hectare. L'AOP Côtes du Rhône Village progresse également et vaut 35 à 55 000 euros par hectare. Les crus poursuivent leur bonne progression. Châteauneuf-du-Pape progresse de 4,3% et est toujours en tête des appellations du secteur à 451 880 euros par hectare.

VAL DE LOIRE

La demande est surtout locale. Les investisseurs extérieurs regardent peu cette région qui a pourtant de nombreux atouts. L'AOP Anjou baisse de 2,8% et se valorise à 17 980 euros par hectare, alors que Saumur-Champigny progresse de 1% et affiche 65 360 euros par hectare.

PROVENCE

Le rosé de Provence poursuit sa progression et étend sa notoriété à l'export. L'AOP Cassis, mais surtout Bandol connaissent toujours des prix soutenus. Il faut compter 165 750 euros par hectare en Bandol (en hausse de 2%) contre 144 010 euros par hectare en Cassis.

En Coteaux d'Aix, le foncier baisse et se valorise à 43 670 euros par hectare soit 3,5% de moins qu'en 2016. Les Côtes de Provence cote entre 50 et 60 000 euros par hectare. En zone littorale, les prix en Côtes de Provence augmentent et affichent 120 à 150 000 euros par hectare au maximum.





FORÊTS



LE MARCHÉ DU BOIS

LES VENTES D'AUTOMNE 2017 ONT DÉBUTÉ AVEC UNE CONFIRMATION DE L'EMBEILLIE SUR LA DEMANDE EN CHÊNE. DANS LES AUTRES ESSENCES DE FEUILLUS, C'EST PLUTÔT LE STATU QUO.

FEUILLUS



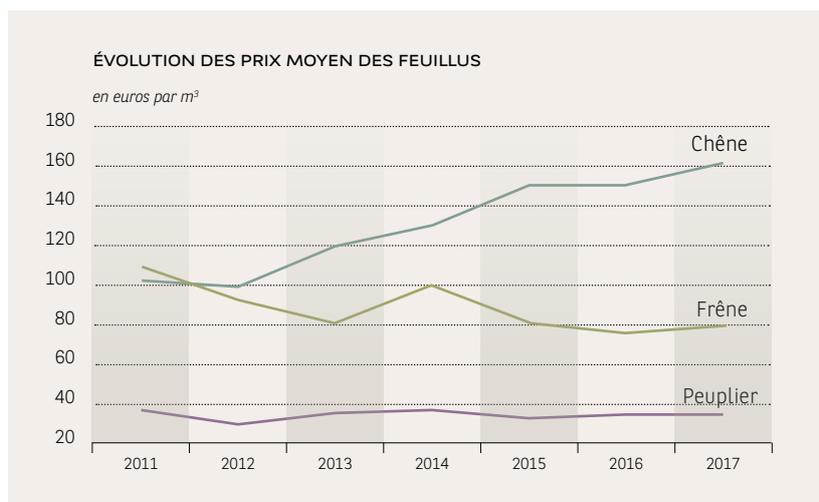
Poursuite des bons résultats pour le chêne avec une hausse moyenne de 12% en 2017 (151 €/m³ en moyenne). Les ventes d'automne ont confirmé les tendances passées. Dans le chêne, la crise de 2008 n'est plus qu'un lointain souvenir. Après quatre années consécutives de hausse, les professionnels restent confiants et affichent peu de stocks. Les cours du chêne sur pied ont dépassé leur niveau d'avant la crise de 2008. Les chênes de qualité supérieure (ébénisterie, tonnellerie) se sont vendus de 300 à 500 €/m³.

COURS DU CHÊNE / PRIX EN EUROS COURANT / M³

Volume unitaire	2007	2014	2015	2016	2017	2007-2017	2014 - 2017	2016 - 2017
1,5	100	95	100	122	140	+40%	+47,4%	+14,75%
2	150	127	145	170	186	+24%	+46,5%	+9,4%
2,5	180	149	180	205	223	+23,9%	+49,7%	+8,8%
3	215	170	210	233	250	+16,3%	+47,1%	+7,3%
3,5	240	187	234	258	275	+14,6%	+47,1%	+6,6%
4	265	200	255	279	295	+11,3%	+47,5%	+5,7%

Source : ONF Bourgogne

FORÊTS



Dans les autres essences, notamment le hêtre et le frêne, l'offre est importante et rencontre une demande sélective. Le coût du fret maritime ayant sensiblement augmenté, les exportations vers l'Asie marquent le pas. Les hêtres de qualité se négocient de 25 à 50 €/m³. Le rythme soutenu des exportations vers l'Allemagne conforte le prix du frêne : entre 80 et 100 €/m³. En peuplier, les besoins concernent surtout l'emballage. Les peupliers aptes au déroulage se négocient de 25 à 40 €/m³.

Les marchés sont plus difficiles pour les bois de trituration et d'énergie.



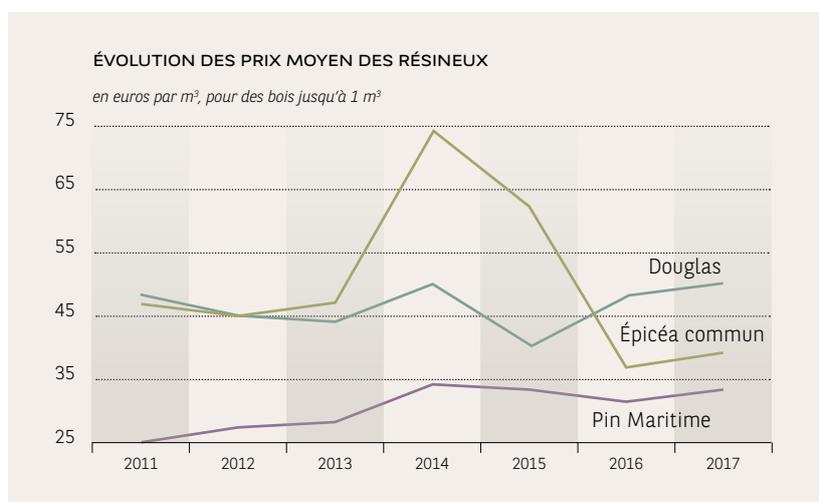
RÉSINEUX



APRÈS PLUSIEURS ANNÉES DE BAISSÉ, LES MARCHÉS DES RÉSINEUX S'AMÉLIORENT DEPUIS LE DEUXIÈME TRIMESTRE 2017. LES VOLUMES MIS EN MARCHÉ PROGRESSENT DE 20% ET LES COURS DE BOIS SUR PIED S'ORIENTENT À LA HAUSSE.

Durant le premier semestre 2017, 750 000 m³ de résineux ont été mis sur le marché, soit 20% de plus que sur la même période en 2016. Depuis 10 ans, c'est le volume le plus important mobilisé par les propriétaires forestiers. À l'exception du pin sylvestre dont les volumes présentés sont en léger recul, toutes les autres essences résineuses affichent une offre supérieure.

Le marché du bâtiment semble repartir à la hausse avec une augmentation des mises en chantier : 397 000 (+15,2%). Le niveau des bois invendus baisse et les prix progressent. Pour l'épicéa (37 à 68 €/m³), les prix augmentent de 2 à 4 €/m³ sur pied, soit 3 à 5% de mieux que l'année dernière. Il en est de même pour le douglas (20 à 75 €/m³), où la demande est soutenue. Le sapin pectiné se commercialise à 58 €/m³ en moyenne. Le pin maritime (20 à 75 €/m³), augmente moins en 2017, mais a connu une augmentation constante depuis 2011.



MARCHÉ DES FORÊTS

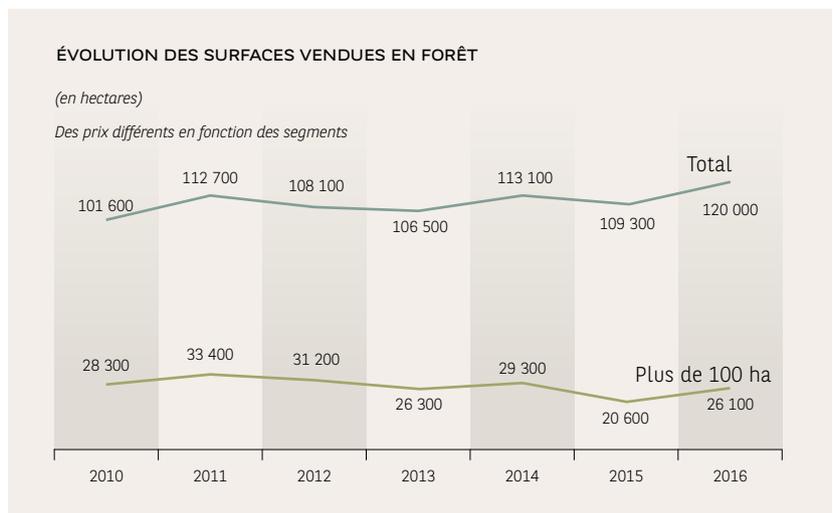
Environ 120 000 hectares sont échangés chaque année et le marché est plutôt actif avec 17 500 transactions. Sur le segment des forêts de plus de 100 ha, le marché est très étroit et la demande est plus forte que l'offre avec seulement 130 transactions par an.

Le prix moyen d'une forêt en France s'établit à 4 000 €/ha. En progression de 2% en 2016, il continue sa hausse en 2017. Ce prix moyen cache des disparités, selon la taille des forêts, la qualité des bois et les potentiels de valorisation. À noter que la présence de bâtiments augmente la valeur des forêts. C'est le grand écart entre les plus petits prix observés (670 €/ha) et le plus élevé (12 040 €/ha). Le prix moyen des forêts de plus de 50 ha s'élève à 6 400 €/ha; il monte jusqu'à 9 100 €/ha dans l'Aisne, les Ardennes ou la Marne.

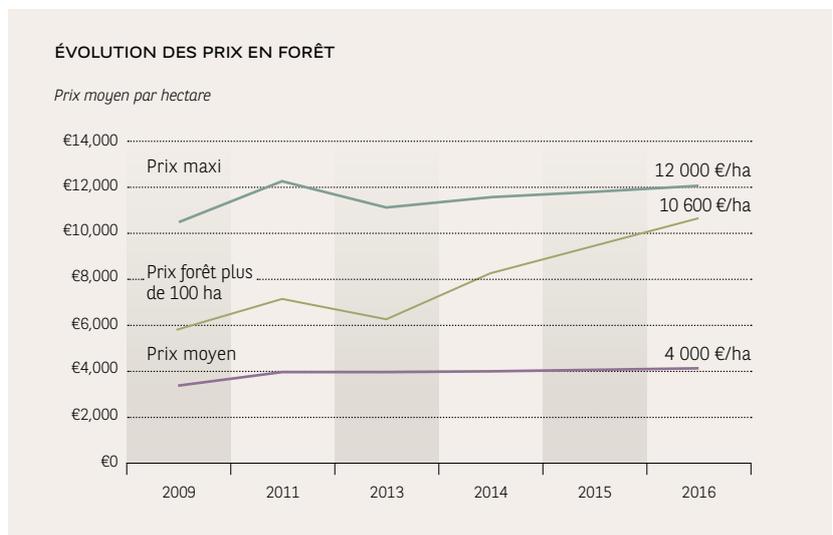


FORÊTS

DES SURFACES EN VENTE QUI PROGRESSENT



DES PRIX DIFFÉRENTS EN FONCTION DES SEGMENTS



Alors que le prix moyen progresse peu, on constate depuis de nombreuses années, une prime pour les plus belles forêts en qualité ou les surfaces plus importantes.



SOURCES

Enquête Insee Cefil 2017

pour la filière viti vinicole en Nouvelle Aquitaine.

KEDGE

Grande École de Commerce et de management basée à Marseille, Bordeaux et Paris. Elle intervient également dans le domaine des vins et spiritueux.

ePerformance-Barometer.com

À partir de l'expertise de KEDGE Business School dans les domaines du e-commerce et du management du vin, l'e-Performance Barometer livre une étude indépendante et inédite sur l'e-commerce du vin et dresse un palmarès international des meilleurs sites. Au total, plus de 2 300 internautes (Français, Anglais, Italiens, Allemands, Espagnols, Américains, Australiens et Chinois) ont répondu à un questionnaire en ligne portant sur 23 sites. L'échantillon interrogé est représentatif de la population internaute et des acheteurs de vin en ligne (des quotas sur les principales variables ont été fixés). L'échantillon composé en majorité d'hommes (73%), CSP+ (50%) avec des revenus nets annuels du foyer élevés (61% de plus de 30 000 euros), correspond au profil moyen des acheteurs de vins sur Internet.

XERFI

Revue audiovisuelle sur le monde de l'économie, la stratégie et le management des entreprises. Étude « La distribution du vin » (10/07/2017) référence 7DIS35/XF2+

Doc'Eco

Group Information Centre / BNP Paribas Group.

Vinexpo

Créée en 1981 par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux. Cette structure a pour vocation commerciale d'organiser un salon qui est devenu le rendez-vous mondial des opérateurs du secteur des vins et des spiritueux.

Cabinet IWSR

Cabinet d'analyse et de conseils dans le monde du vin et des spiritueux. Au cours des 40 dernières années ce cabinet a accumulé la plus grande base de données du monde sur le vin et les spiritueux.

Baromètre SOWINE

Agence spécialisée dans la communication et le marketing du vin.

Médiamétrie

Société qui mesure l'audience des medias audiovisuels, de l'Internet.

Pure player

L'expression fut utilisée à l'origine pour désigner une entreprise dont l'activité était exclusivement menée sur l'Internet. Par extension, elle permet de désigner une entreprise qui concentre ses activités sur un seul métier ou en tout cas sur un seul secteur d'activité.

Terre-net.fr

Agreste

Meteocontact.fr

Infoclimat.fr / Station de PARIS MONTSOURIS

Valeurs vénales

SAFER

Experts Forestiers de France

FEVS

ONF Bourgogne

AGRIFRANCE

Au sein de BNP PARIBAS PROPERTY SNC- filiale de BNP PARIBAS dédiée aux activités immobilières- AGRIFRANCE est le département spécialisé sur le marché du foncier rural : propriétés viticoles, belles demeures de prestige, domaines agricoles, massifs forestiers. Avec une expérience dans ce domaine acquise depuis plus de 40 ans, AGRIFRANCE accompagne ses clients dans leur démarche patrimoniale.

Grâce à un réseau de professionnels reconnus, AGRIFRANCE est en mesure de fournir des services complémentaires, tels que l'expertise ou la gestion de propriétés rurales.

Conseils et transactions de domaines agricoles, viticoles, forestiers et propriétés d'agrément

BNP Paribas Property SNC
au capital de 1.200.000 €
Siège social au 33 rue du Quatre Septembre,
75002 PARIS

Tél : +33 (0)1 42 98 43 51
e-mail : serviceclient.bnpproperty@bnpparibas.com

Immatriculée sous le n° 784 194 144 RCS Paris
Carte professionnelle CPI 7501 2016 000 008 797
délivrée par la CCI de Paris Île-de-France
Garantie BNP PARIBAS
16, bd des Italiens – 75009 Paris
Identifiant C.E. FR25784194144

Une société du Groupe BNP Paribas.

Document à caractère promotionnel, fourni uniquement à titre d'information et ne constituant en aucun cas une offre ou une sollicitation réalisée dans un État (ou une juridiction) dans lequel une telle offre ou sollicitation n'est pas autorisée, ou auprès de personnes envers lesquelles une telle offre, sollicitation ou vente, est illégale.

SUIVEZ NOUS



@BNPP_Wealth
#Agrifrance



BNP Paribas Wealth Management



wealthmanagement.bnpparibas

DISPONIBLE SUR L'APPLICATION
< VOICE OF WEALTH >



Cette couverture est réalisée en papier issu de déchets de pommes de terre transformés.



AGRIFRANCE
BNP PARIBAS WEALTH MANAGEMENT

La banque
d'un monde
qui change