



CCF
D'ETUDE
ET VEILLE

SOMMAIRE

PARTIE 1 : L'ETUDE DU PAYS

1.1-Conditions d'accessibilité au pays

1.2 Le climat

1.3/La géographie

1.4 La population

1.5 La structures

1.6 La structure

2-Les données économiques

2.1 Économie général

2.2 Géographie économique

2.3Le commerce extérieur

2.4 L'inflation

2.5 Tarif douanière

2.6 Conjoncture économique

3-Facteurs culturels

3.1 Structures sociales

3.2 Culture alimentaire

4-Distribution

4.1 B to C

4.2 Risque pays

PARTIE 2 : L'ETUDE SECTORIELLES

1-Histoire du vin

2-Les régions viticoles allemandes

2.1 Descriptif des sept plus petites

2.2 Descriptif des sept plus grandes

3-STATISTIQUES SUR LA PRODUCTION DE VIN EN ALLEMAGNE

3.1-Entreprises viticoles en Allemagne (domaines, coopératives et établissements)

3.2-Production de moût de raisin par région viticole

4-OFFRE DE VIN EN ALLEMAGNE

4.1-Chiffres clés

4.2-Vin bio

4.3-Les fournisseurs de l'Allemagne

4.3-La classification des vins allemands

4.4-Les autres régions viticoles

5-DISTRIBUTION

5.1-Les circuits de distribution :

**5.2-Part des circuits de distribution en
Volume en 2007 :**

5.3-Principaux circuits de distribution

5.4-Accès des circuits de distribution aux exportateurs français

6-La vente par correspondance : Internet et catalogues

6-1-Les magazines des professionnels du vin :

6.2-Les magazines de consommateurs lus par les professionnels

6.3-Les organisations professionnelles :

7-Les foires et les salons

7.1-Événement / Description

8-Les tendances du marché du vin en Allemagne et comportements des consommateurs.

8.1-Le contexte général :

8.2-Combien les Allemands dépensent-ils pour le vin ?

8.3-Le vin synonyme de reconnaissance sociale

8.4-Les séminaires d'œnologie pourraient devenir à la mode

8.5-Les vins rouges s'affirment sur les tables allemandes

8.6-Des vins en accord avec les plats allemands

9-Le vin et la santé

9.1-Conduire et boire ne font pas bon ménage en Allemagne

9.2-Bienfait sur la santé

9.3-Des vins "bio" prometteurs

9.4-Le problème des vignes génétiquement modifiées

***Loi européenne**

***La publicité télévisée pour les boissons alcooliques doit respecter les critères suivants :**

Conseils aux exportateurs

***Comment suivre l'évolution de la consommation de vins en Allemagne**

***La consommation**

Des exploitations françaises auxquelles il manque une image commune

***Leurs attentes**

***Choisir son intermédiaire pour la distribution en Allemagne**

Annexes

Dans le cadre de ma formation de brevet de technicien supérieur en Commerce International, je suis amené à réaliser une étude de marché.

En effet, cette étude est orientée sur le marché du vin et des boissons alcoolisées et consiste en une analyse des tendances et du marché, ainsi que des nouveautés du secteur.

Pour ce faire, mon choix s'est ainsi porté sur l'Allemagne; un pays développé et très proche de la France aussi bien au niveau historique qu'au niveau socioculturel.

Un marché où les boissons alcoolisées sont au cœur de l'actualité, avec de nombreuses polémiques (notamment de prévention au volant). Néanmoins, ce marché à savoir le plus important d'Europe, très attractif et au fort potentiel, nous pousse à nous interroger sur la manière dont il se compose.

Dés lors, la question est de savoir quelles sont les grandes tendances du marché, en Allemagne? De même, comment se présente le marché allemand du vin et des boissons alcoolisées; un marché qui demeure immense, hétérogène et très concurrentiel dans lequel les consommateurs sont très exigeants?

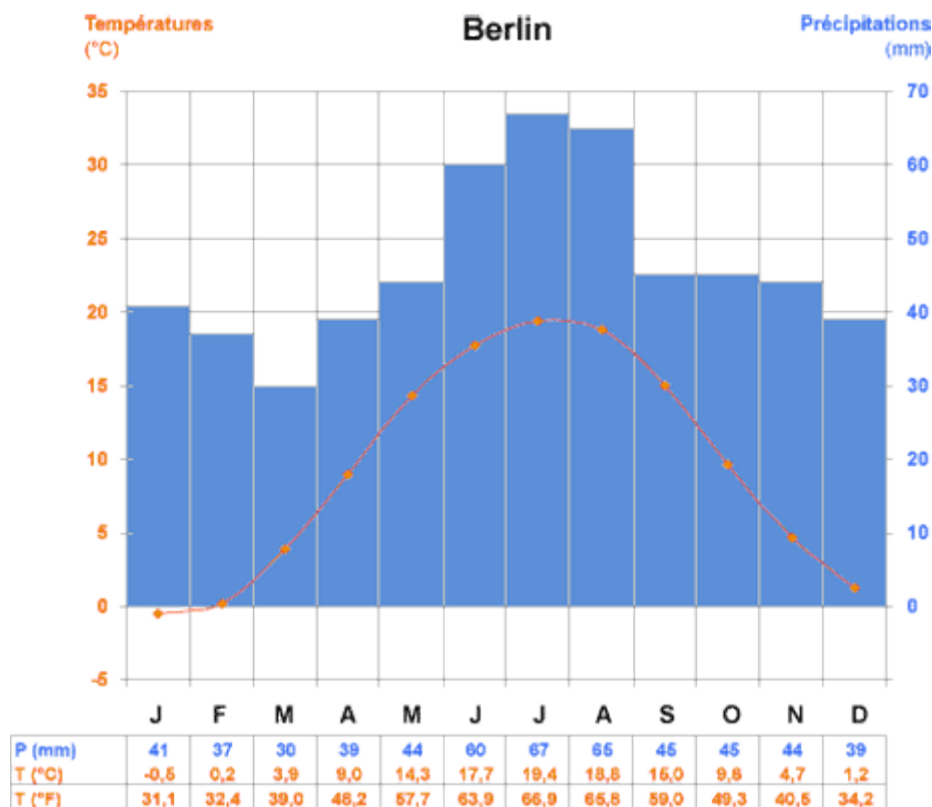
Par conséquent, cette analyse Cette analyse se base principalement sur des méthodes d'études de recherche.

Il s'agit de mieux comprendre la situation du marché et de découvrir de nouvelles idées et concepts.

PARTIE 1 : L'ETUDE DU PAYS

1.1-Conditions d'accessibilité au pays

1.2 Le climat



L'Allemagne compte un total de treize régions productrices de vin, qui sont pour la plupart concentrées au Sud et Sud - Ouest du pays (à l'exception de la Saxe et de Saale-Unstrut, qui se trouvent à l'Est)

Les délimitations de ces régions ne dépendent pas du Land dans lequel elles se situent (elles sont d'ailleurs souvent à cheval sur plusieurs Länder), mais de [l'Institut du Vin Allemand](#).

Par rapport au reste du monde, elles font partie des régions viticoles situées le plus au Nord.

Leur climat est très particulier car il subit l'été les influences du Gulf Stream (chaleur et humidité) et l'hiver celles du climat continental aride venant de l'Est.

En raison des différents climats, sols et cépages, le vin allemand est donc loin d'être uniforme. Il faut d'ailleurs savoir que ces notions de "sol" et de "climat" sont très importantes en Allemagne, puisqu'elles permettent de connaître la qualité d'ensoleillement des vignes.

1.3-Les barrières naturelles

L'Allemagne est un État qui ne connaît aucune contrainte naturelle liée au relief ou au climat. Le Nord est occupé par une plaine aux paysages monotones, le centre par des montagnes anciennes d'altitudes peu élevées, le sud par un bassin sédimentaire et par le massif alpin. Ce pays, bordé au Nord-ouest par la mer du Nord et au Nord-est par la mer Baltique, occupe une place centrale dans l'Union.

1.4-La géographie

L'Allemagne est un pays à la charnière de l'Europe occidentale et de l'Europe centrale situé entre le Benelux et la France à l'ouest, la mer du Nord, le Danemark et la mer Baltique au nord, la Pologne et la République tchèque à l'est et la Suisse et l'Autriche au sud. On distingue en Allemagne plusieurs grands espaces : la grande plaine du Nord, les montagnes moyennes du centre (*Mittelgebirge*), le plateau bavarois et la vallée du Danube au Sud. Le pays est traversé par plusieurs grands fleuves, dont le Rhin, le Danube et l'Elbe.

L'Allemagne dispose d'une situation privilégiée sur le continent européen : elle apparaît comme un passage entre la mer du Nord et la mer Méditerranée. L'ouest du pays est traversé par la dorsale européenne, une région très peuplée et dynamique sur le plan économique. Les axes est-ouest devraient retrouver une certaine dynamique.

1.5-Population

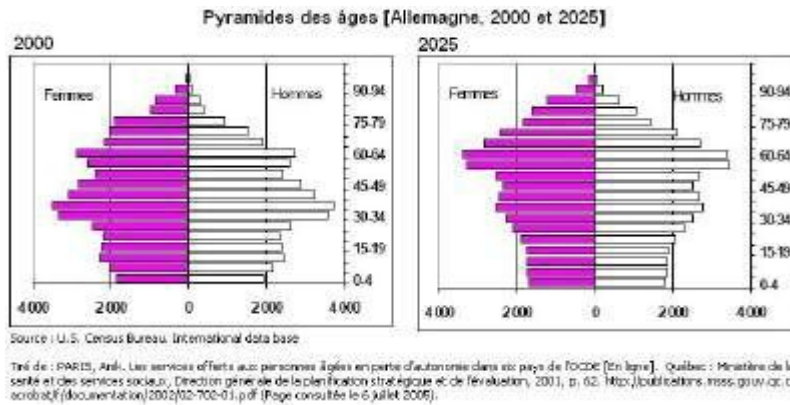
L'Allemagne est peuplée de 82,4 millions d'habitants dont 7,3 millions d'étrangers.

Avec ses 231 habitants par km², l'Allemagne est un des pays les plus densément peuplés d'Europe derrière les Pays-Bas et la Belgique. C'est le pays le plus peuplé de l'Union européenne. L'Ouest reste toutefois plus peuplé que l'Est. En effet, on rencontre d'importantes concentrations urbaines à l'ouest et au sud du pays :

- Rhénanie-Du-Nord-Westphalie (18 millions d'habitants),
- Bavière (12,5 millions d'habitants),
- Bade-Wurtemberg (11 millions d'habitants).

90% de la population vit en ville. Cependant, il n'existe pas de métropole écrasant l'espace allemand comme le font Londres et Paris pour leur territoire national. [Berlin](#) compte actuellement 3,4 millions d'habitants. Il existe aussi une quinzaine de villes qui atteignent les 500 000 habitants.

Le [taux de natalité](#) de l'Allemagne est l'un des plus faibles (8,25 pour mille)



1.6-La structure

Un réseau moderne et bien desservi d'aéroports, d'autoroutes, de routes, de voies ferrées et de voies navigables. Le réseau de télécommunication est le plus performant du monde.

Aéroports

L'Allemagne compte 40 aéroports dont les principaux sont Francfort sur le Main, Munich, Düsseldorf, les trois aéroports de Berlin et Hambourg. 17 sont des aéroports internationaux.

Les principales compagnies aériennes sont la Lufthansa (8e mondiale), la Deutsche BA, Hapag Llyod.

Francfort/Main est le premier aéroport allemand avec 45,9 millions de passagers en 1999. Il est le deuxième aéroport européen derrière Londres Heathrow. Plus de 100 compagnies aériennes desservent l'aéroport. Viennent ensuite Munich et Berlin (qui compte 3 aéroports Tegel, Schönefeld et Tempelhof).

Réseau routier

Réseau routier : km 54746 dont 10955 km d'autoroute l'Allemagne le plus grand réseau autoroutier du monde après les États-Unis

Sigle auto D

Nb hab. /véhicule de tourisme 2,2

Véhicules en circulation

(x1000) 40608 (3e parc automobile du monde, 7% du parc mondial)

Réseau ferroviaire

Réseau ferré km 30 045

Métro

Berlin (1902): 167, 3 km; Munich (1971): 90 km; Hambourg (1912): 89, 5 km; Francfort (1968): 81 km

2-Les données économiques

2.1-Économie général

L'Allemagne est en 2007 la quatrième puissance économique mondiale, derrière les [États-Unis](#), le [Japon](#), la [Chine](#) et la première de l'[Union européenne](#) et de l'[Europe](#), avec un [Produit intérieur brut](#) de 3 000 milliards de dollars. Cependant, en [parité de pouvoir d'achat](#), l'Allemagne est cinquième derrière la Chine et l'Inde. Elle est aussi le plus grand [exportateur mondial de biens](#) devant les États-Unis et la Chine avec 969 milliards d'euros (+8,5%) de biens exportés en 2007, et un excédent commercial de 199 milliards d'euros. En classement par PIB en [PPA](#), l'Allemagne est le 5^e pays.

L'Allemagne se caractérise par une population active qualifiée grâce à l'apprentissage professionnel, et un [niveau de vie](#) élevé. Les entreprises et les syndicats allemands fonctionnent en [cogestion](#) ; on parle de [capitalisme rhénan](#).

Après une décennie de faible croissance, l'Allemagne retrouve des taux de croissance élevés depuis 2005. Cette économie est une des plus compétitives au monde. Selon [Le Figaro](#), « ce "come-back économique" de l'Allemagne est dû aux "réformes en partie très étendues" mises en œuvre par le gouvernement précédent de Gerhard Schröder et initialement poursuivies par la grande coalition d'Angela Merkel ». Il s'agit en particulier de la réduction de la durée d'attribution de l'allocation-chômage, ainsi que du passage progressif à la [retraite](#) à 67 ans.

Selon [Bruno Durieux](#) en février 2008, « l'Allemagne est [...] Le seul des grands pays développés qui, par des réformes globales et profondes, difficiles et courageuses, réalisées pour l'essentiel par le [chancelier Schröder](#), est parvenue à restaurer sa compétitivité et réduire ses déséquilibres internes. En particulier, ses [finances publiques](#) sont aujourd'hui équilibrées et sa [compétitivité-coût](#) a retrouvé son niveau d'il y a cinq ans. »

2.2-Géographie économique

Vallée du Rhin

Ruhr

La Ruhr est une région industrielle et urbaine située au nord-ouest de l'Allemagne. Elle bénéficie d'une situation favorable de confluence entre le Rhin et son affluent la Ruhr (port fluvial de Duisbourg). Elle est au cœur de la mégalopole européenne et profite d'un important bassin de main-d'œuvre et de population : la Ruhr est aussi une conurbation de plusieurs millions d'habitants. La région urbaine inclut les villes d'Essen, Düsseldorf, Cologne... Au XIX^e siècle, la Ruhr a fondé son développement sur l'exploitation des mines de charbon. La révolution industrielle a permis à

l'Allemagne de se hisser aux tout premiers rangs des puissances industrielles à la fin du XIX^e siècle. Aujourd'hui, la région doit reconvertir ses activités : l'exploitation du charbon de la Ruhr est devenue trop coûteuse face à la concurrence des charbons étrangers. Il est plus rentable d'importer le charbon et le fer par le Rhin. Quelques puits de mines survivent grâce aux subventions fédérales. Mais le chômage dépasse la moyenne nationale.

Rhin supérieur

Les Länder de Bavière et du Bade-Wurtemberg ont su tirer parti depuis le Moyen Âge d'une situation de carrefour entre la mer du Nord et la mer Méditerranée.

Contrairement à la Ruhr, le sud de l'Allemagne ne dispose pas de réserve de charbon. Son développement industriel s'est donc manifesté plus tard, essentiellement au XX^e siècle. Des industries dynamiques se sont alors créées : BMW, Adidas, industries aéronautiques. La Bavière a bénéficié des nouvelles activités issues de la troisième révolution industrielle.

Le Nord de l'Allemagne

Le Nord de l'Allemagne dispose de grands ports tels que celui de Hambourg, d'un accès sur la mer Baltique et la mer du Nord, d'un faible taux de chômage, d'une industrie diversifiée mais a tout de même d'un dynamisme moyen et d'une croissance économique moyenne.

L'Est en reconversion

Les "nouveaux Länder" gardent des considérables handicaps économiques, malgré les aides importantes qui leur ont été consacrées et

les grands travaux d'infrastructures réalisés. Le taux de chômage en ex Allemagne de l'Est est environ le double de la moyenne nationale. La Saxe est la région la plus dynamique en ce qui concerne l'économie de l'Allemagne de l'Est. Les principaux centres économiques en sont Dresde, Leipzig, Chemnitz et Zwickau. Plusieurs grandes entreprises comme AMD, Infineon, BMW, Siemens, Porsche, VW, EADS, GlaxoSmithKline ont largement investi.

2.3-Le commerce extérieur

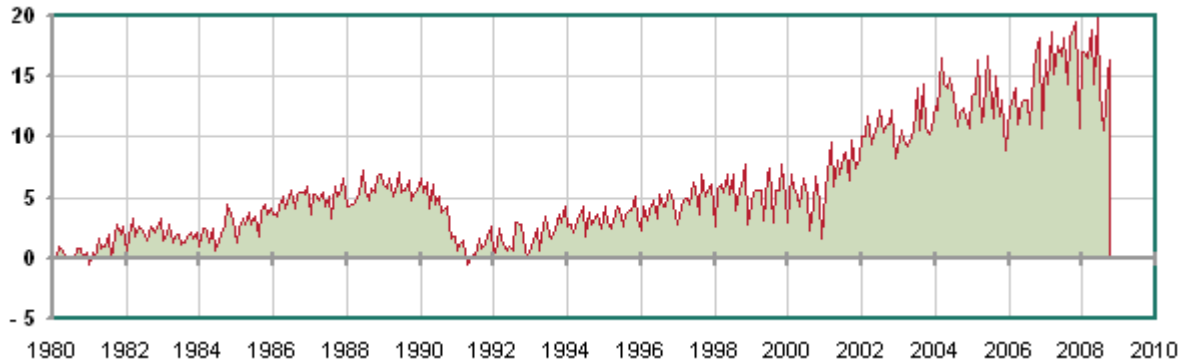
L'Allemagne est une puissance commerciale de premier ordre. En 2006, l'excédent de la balance commerciale se montait à 167 milliards d'euros. Ce dynamisme s'explique par divers facteurs :

- Les produits allemands ont une solide réputation de qualité.
- La croissance économique chinoise et américaine renforce les exportations de produits allemands.
- L'Allemagne détient plusieurs marchés en Europe centrale et orientale.

L'Allemagne s'est spécialisée dans les produits d'équipement ; en 2003, le secteur automobile représentait 19% des exportations allemandes. Viennent ensuite les exportations de machines-outils (14% du total) et de produits chimiques (12% du total).

L'excédent commercial élevé de l'Allemagne est un signe de la bonne santé économique du pays. Ainsi, le chômage a fortement baissé, atteignant en 2006 8,6 % de la population active, et 7,6% en août 2008 (soit 3,19 millions de chômeurs).

Commerce extérieur - Balance commerciale



La priorité donnée aux échanges extérieurs par l'Allemagne s'est accompagnée depuis 2000 d'une série de réformes encourageant la compétitivité (dont le plan Hartz), à tel point que la rémunération salariale a baissé en termes réels entre 2001 et 2005. Ces réformes seraient à l'origine du regain de croissance économique et des créations d'emplois.

2.4-L'inflation

Sur l'ensemble de l'année 2008 par rapport à 2007, les prix à la consommation se seraient appréciés de 2,6% en Allemagne, selon les données préliminaires publiées par l'office fédéral de statistiques allemand. Il s'agirait-là de la plus forte augmentation annuelle depuis 14 ans (+2,8% en 1994).

2.5-Tarif douanière

Depuis le 1er janvier 1993, l'Union Européenne, dont fait partie l'Allemagne, forme un seul territoire sans frontières intérieures au sein duquel est garantie la libre circulation de la majorité des marchandises.

2.6-Conjoncture économique

L'Allemagne a connu en 2007 une nouvelle année de forte croissance (2,5% après 2,9%) en 2006. On a pu aussi constater une décreue du chômage de plus de 700 000 personnes et, pour la première fois, un nombre d'employés dépassant les 40 millions. Autre résultat marquant, les finances publiques allemandes s'affichent en 2007 en léger excédent. La croissance allemande a été soutenue avant tout grâce à ses performances à l'exportation, (200Md€ d'excédent ce qui contribue pour 1,4 point à la croissance en 2007). Ce qui a compensé une consommation à l'évolution décevante (-0.4%).

Dans le contexte du développement de la crise financière, du ralentissement américain et de l'appréciation de l'euro, les perspectives apparaissent

Aujourd'hui moins favorables pour 2008 notamment à l'export. L'ensemble des prévisions de croissance s'établissent donc entre 1,5% et 1,9%, le gouvernement

L'attitude des ménages restera donc une donnée essentielle pour que l'Allemagne poursuive, malgré le contexte international, le cycle de croissance engagé depuis 2 ans.

3-Facteurs culturels

3.1-Structures sociales

La majeure partie de la main d'œuvre est employée dans le secteur de services. La République. Fédérale. D'Allemagne a accompli la transition d'une économie industrielle à une dominée par le secteur de services dans les années 70, et par la fin des années 1980 ce secteur a utilisé deux-tiers de la main d'œuvre. En revanche, quand le mur de Berlin est tombé, l'Allemagne de l'Est n'avait toujours pas fait cette transition. Puisque plus de la main d'œuvre a été engagée dans l'industrie et l'agriculture que

dans le secteur de services, sa structure socio-économique a ressemblé à cela de la République. Fédérale. D'Allemagne en 1965.

3.2-Culture alimentaire

La bière est la boisson nationale du pays. La consommation annuelle de bière par habitant est d'un peu plus de 110 litres loin devant la consommation de vin

Le Parlement européen a classé la bière allemande « produit traditionnel »

L'Allemagne est aussi un pays producteur de vin. Les viticulteurs cultivent environ 100 000 hectares de vignes, regroupant près de cent cépages : le Riesling et le Müller-Thurgau arrivent en tête de liste pour la production de vin blanc; pour les vins rouges, les cépages

Il existe, en Allemagne comme en France, une haute cuisine très créative. Les Allemands ont de grands cuisiniers qu'ils vénèrent comme des artistes. Heinz Winkler à Aschau im Chiemgau en Bavière, Johann Lafer, qui anime par ailleurs une émission télévisée à Stromberg dans le Hunsrück ou Dieter Kaufmann à Grevenbroich en Rhénanie du Nord et bien d'autres, sont des références dans les guides de tourisme haut de gamme. Le Guide Michelin repère chaque année de nouveaux restaurants de qualité, y compris dans les Länder de l'Est. L'Allemagne est d'ailleurs le second pays européen possédant le plus de restaurants « trois étoiles », après la France.

4-Distribution

4.1-B to C

Définition : Le marché B to C est le marché des activités économiques (business) à destination du grand public et du consommateur final (consumer).

Avec plus de 82 millions d'habitants, le marché allemand est le plus important de toute l'Europe, très compétitif et segmenté, avec une saturation de l'offre dans de nombreux secteurs et produits ; la qualité et les services apportés y sont primordiaux. Les principales zones économiques sont celles de la Rhénanie-Westphalie, du Bade Wurtemberg, de la Bavière, d'Hambourg, de Berlin et d'Hanovre ainsi que Leipzig pour l'ex-Allemagne de l'Est.

La structure de la distribution allemande se caractérise par :

- le nombre important de petits magasins indépendants
- le faible niveau de concentration du secteur, en comparaison avec les principaux marchés européens (France, Royaume-Uni, Belgique)
- La prédominance de la distribution dans les centres villes et les zones urbaines
- la faible implantation du format "hypermarché"
- la domination du format « hard discount » et l'importance de la vente à distance (VPC, commerce électronique, téléachat).

La distribution allemande se répartit selon les canaux de distribution suivants :

Commerce de détail traditionnel (24,8%) ; Grandes surfaces Spécialisées (22%) ; Chaînes de magasins non-alimentaires (13%) ; Grandes surfaces de Bricolage (11,7%) ; Discounters (11%) ; Supermarchés (7,9%) ; VAD (5,8%) ; Grands magasins (3,8%). Sources : Ifo-Institut & destatis

Les trois premiers groupes de distribution allemands sont Metro, Rewe et Edeka/Ava.

Le « hard discount » est le premier format de la distribution alimentaire,

enregistrant une croissance d'environ 10% et générant désormais 40% des ventes alimentaires totales. L'essor des discounters tels que Lidl ou Aldi a contraint les distributeurs à se livrer une guerre de prix : ainsi, les marges insuffisantes risquent de ralentir la modernisation des points de vente et le développement des nouveaux concepts de distribution. Les rapports entre les distributeurs et leurs fournisseurs, réputés très durs, n'en sont devenus que plus tendus encore. Une tendance à la concentration a eu lieu et des groupes comme Karstadt-Quelle, Edeka-Tengelmann), se livrent à une concurrence dure, faisant baisser les marges des fournisseurs.

4.2-Risques pays

En 2008, malgré un ralentissement au second semestre, la croissance devrait encore atteindre 2,1%.

En dépit d'une progression moins rapide des exportations vers l'Europe et les États-Unis, la contribution des échanges extérieurs à la croissance restera encore largement positive.

Elle compensera largement l'atonie persistante de la consommation privée. Les ménages profiteront, certes, de la poursuite de la baisse du chômage et, de son corollaire, la diminution du taux de cotisation à l'assurance chômage. Mais ils seront incités à la retenue par l'augmentation des prix de l'énergie et de l'alimentation, ainsi que la faible progression du revenu disponible malgré l'obtention d'augmentations salariales significatives dans certains secteurs.

En raison d'un faible endettement et de marges bénéficiaires élevées, les comportements de paiement des entreprises devraient rester bons.

L'excellent niveau de l'indice Coface des incidents de paiement et la stabilité du nombre de faillites au 1er trimestre 2008 vont dans ce sens.

La baisse en 2008 de l'impôt sur les bénéfices, dans un contexte de finances publiques à l'équilibre, jouera favorablement. Cependant, la

construction résidentielle restera un secteur difficile, notamment dans la partie orientale du pays. Le secteur du meuble de cuisine présente aussi un profil de risque important. De son côté, la sous-traitance automobile souffre des délocalisations croissantes vers l'est du continent. La situation politique et économique est très favorable et l'environnement des affaires est de qualité. Cet environnement influe favorablement sur le comportement de paiement des entreprises. La probabilité moyenne de défaut est très faible.

PARTIE 2 : L'ETUDE SECTORILLES LE VIN ET BOISSONS ALCCOLISEES EN ALLEMAGNE.

« Les peuples de la Méditerranée n'ont commencé à sortir de la barbarie que lorsqu'ils ont appris à cultiver la vigne et l'olivier. »,

Thucydide,

1-Histoire du vin

La vigne est apparue en Allemagne avec les Romains, et l'on élaborait donc déjà du vin dans la vallée du Rhin au début de l'ère chrétienne.

Les guerres féodales qui ont suivi l'effondrement de l'empire romain ont ravagé les vignobles. Puis ce fut à nouveau une phase d'extension, comme partout en Europe, à l'initiative des ordres religieux. Le vignoble allemand a atteint son apogée sous l'influence de l'église dans la première partie du 17e siècle, où l'on comptait presque 300 000 ha contre environ 100 000 ha aujourd'hui. De nos jours encore, on trouve encore certains grands domaines, héritages des monastères d'antan.

En 1803, suite à la conquête de la Rhénanie par Napoléon Ier, les vignobles quittèrent le giron de l'Église pour passer aux mains de personnes privées ou de l'État, qui est le plus grand propriétaire de vignobles en Allemagne.

Les guerres, les épidémies, les luttes de pouvoir qui ont agité les Lander d'Allemagne jusqu'à l'Unité Allemande en 1871, n'ont pas été sans influence sur la culture de la vigne, qui s'est peu à peu concentrée sur les terroirs les plus propices. A la fin du 19e siècle, le phylloxera a également ravagé le vignoble.

Caractéristiques du vignoble

Il en résulte de nos jours un vignoble discontinu, plus dense au Sud et Sud-ouest du pays vers la frontière française, qui s'étale essentiellement autour du Rhin et de ses affluents (Ahr, Moselle, Nahe, Main, Neckar).

Seules les zones les plus favorables à la culture de la vigne sont plantées ; les vins de table ne représentent que 5.5 % de la production.

Les vignobles allemands sont situés entre le 47e et le 50e degré de latitude Nord, presque à la limite de la culture de la vigne. Les parcelles sont généralement plantées à proximité de cours d'eau protecteurs et orientées Sud pour bénéficier du maximum d'ensoleillement. Il en résulte aussi un vignoble planté à 63% en blancs et 37% en rouge. (Riesling et Müller-Thurgau - avec respectivement 21% et 13% des surfaces - en sont les principaux cépages). Avec les changements du climat, une croissance

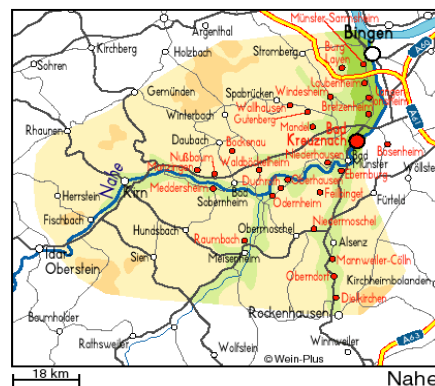
du vignoble des raisins rouges est apparente. La production, en moyenne de 10 millions d'hectolitres, fluctue sensiblement d'une année sur l'autre en fonction des conditions climatiques et les millésimes sont de qualité très inégale.

2-Les régions viticoles allemandes

2.1-Descriptif des sept plus petites

Nahe, Rheingau, Saale-Unstrut, Mittelrhein, Vallée de l'Ahr, Hessische Bergstrasse et Saxe

NAHE



Repères géographiques

- En Rhénanie-Palatinat.
- Entre le Rhin et les vallées de la Moselle.
- Près des rives du fleuve Nahe, de ses affluents (le Glan et l'Alsenz) et de ruisseaux (Gräfenbach, Guldenbach, Trollbach et Ellerbach).

- Ville principaux: Bad Kreuznach, Bad Münster am Stein-Ebernburg, Bad Sobernheim.

Climat

Doux et équilibré, avec un peu de gel.

Sols

Roche volcanique (igné), sédimentaire (grès, argile, calcaire) et métamorphique (ardoise).

Superficie exploitée et rendement

- 4 222 hectares, 311 650 hectolitres (soit 73,8 hl/ha contre une moyenne nationale de 91,1 hl/ha)
- 1,6% de Vins De Table, 41,2% de Vins De Pays et 57,2% de Vins De Qualité.

Cépages principaux

- 83% de blancs : 25,7% Riesling, 18% Müller-Thurgau, 8,6% Silvaner pour l'essentiel, mais aussi Kerner, Scheurebe et Bacchus.
- 17% de rouges : Dornfelder, Pinot Noir et Portugieser.

Organisation

- 2 Bereiche (Kreuznach pour tout le Nord et Schloss Böckelheim au Sud).
- 7 Grosslagen (Schlosskapelle, Sonnenborn, Pfarrgarten et Kronenberg pour Kreuznach; Rosengarten, Paradiesgarten et Burgweg pour Schloss Böckelheim).
- 328 Einzellagen

Distribution

- une grande partie du vin est directement vendue au consommateur par les propriétés.
- il existe des caves coopératives mais leur rôle est moins important dans Nahe que dans d'autres régions viticoles comme le Pays de Bade, le Wurtemberg ou la Franconie.
- environ 10% d'exportations.

Les plus grands producteurs

- De renommée internationale (****)

Weingut Hermann Dönnhoff (22 vins), Weingut Mathern (17 vins),
Weingut Emrich-Schönleber (12 vins)

- De renommée nationale (***)

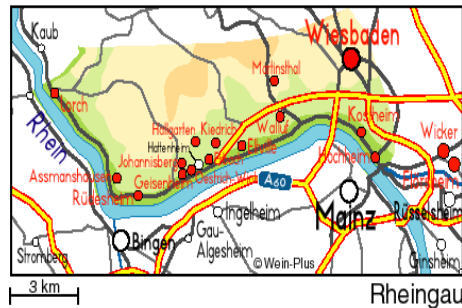
Schlossgut Diel (44 vins)

- Autres (**)

Weingut Hans Crusius, Staatsweingut Weinbaulehranstalt, Staatliche
Weinbaudomänen

C'est une région peu connue, d'où le prix encore acceptable de ses vins. Et pourtant, certains des meilleurs vins blancs au monde sont produits ici : le Riesling et le Silvaner sont souvent excellents, et le Kerner donne aussi de bons vins. Ils peuvent concurrencer ceux des régions allemandes les plus connues.

RHEINGAU



Repères géographiques

- En Hesse.
- Sur la rive droite du Rhin, de Lorchhausen à Flörsheim.
- Sites vinicoles les plus connus : Assmannshausen, Eltville, Kiedrich et Hochheim.
- Villes principales : Wiesbaden, Eltville, Rüdesheim.

Climat

- Tempéré en hiver et chaud en été.
- Les vignes sont protégées des vents froids par la colline du Taunus.
- La surface du Rhin reflète le soleil.

Sols

Beaucoup de types de sols sont présents sur cette petite surface vinicole : craie, sable, gravier, tous types d'argile, lœss, quartz et ardoise.

Superficie exploitée et rendement

- 3 129 hectares, 209 369 hectolitres (66,9% hl/ha)
- 42,5% de Vins De Pays et 57,5% de Vins De Qualité

Cépages principaux
CCF ETUDE ET VEILLE

- 85,1% de blancs : 78,6% Riesling, 2,3% Müller-Thurgau mais aussi Ehrenfelser, Kerner et Pinot blanc.
- 14,9% de rouges: 12,3% Pinot noir.

Organisation

- 1 Bereich (Johannisberg)
- 10 Grosslagen (Steil, Burgweg, Erntebringer, Honigberg, Mehrhölzchen, Gottesthal, Deutelsberg, Heiligenstock, Steinmächer et Daubhaus).
- 118 Einzellagen

Distribution

- La vente de bouteilles prédomine (plutôt que de gros volumes).
- Beaucoup de vins sont directement vendus au consommateur.
- Environ 50% de la production est vendue aux commerces spécialisés et à la restauration, sur le plan national et international.

Les plus grands producteurs

- De renommée nationale (***)

Weingut Franz Künstler (24 vins)

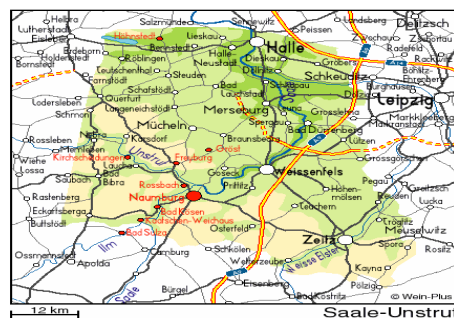
- Autres (**)

Domänenweingut Schloss Schönborn (25 vins), Freiherrlich Langwerth von Simmern'sches Rentamt (23 vins), Domdechant Werner'sches Weingut (19 vins), Weingut Scloss Vollrads (18 vins), Hessische Staatsweinguter Kloster Eberbach (9 vins), Weinbaudomäne Schloss Johannisberg (8 vins)

Jouissant d'un large suivi national et international, la région compte une grande proportion de viticulteurs à plein temps par rapport aux autres régions vinicoles allemandes : elle est considérée comme la meilleure région viticole du Rhin.

En tant que haut lieu touristique réputé pour ses vins, ce n'est pas ici que l'on trouvera le meilleur rapport qualité-prix : peu de vins sont bon marché. D'ailleurs, leur prix n'est pas toujours justifié, surtout ceux issus des vignobles appartenant à l'ex-aristocratie, et pour lesquels on paye la mention de la particule noble : aujourd'hui leur réputation a souffert, mais pas leurs prix !

SAALE-UNSTRUT



Repères géographiques

- En Saxe-Anhalt et Thuringe.
- Dans les vallées de Saale et d'Unstrut.
- Villes principales : Naumburg, Freiburg.

Climat

- Continental : étés chaud et secs, hivers froids.
- Le climat est plus frais et le temps plus variable que dans les régions de l'Ouest car c'est l'une des régions viticoles les plus au Nord d'Europe.

Sols

Grès bigarré et calcaire lacustre (roche riche en débris de coquilles). Les vignes sont plantées sur des terrasses de pierres qui aident à tempérer le climat.

Superficie exploitée et rendement

- 647 hectares, 31 759 hectolitres (49,1 hl/ha)
- 0,2% de Vins De Table, 86,4% de Vins De Pays, 13,4% de Vins De Qualité

Cépages principaux

- 78,6% de blancs : 22,6% Müller-Thurgau, 11,7% Pinot blanc, 8,9% Sylvaner pour l'essentiel, mais aussi Grauburgunder, Kerner, Riesling et Traminer.
- 21,4% de rouges: Portugieser (variété principale), Pinot noir et Dornfelder.

Organisation

- 2 Bereiche (Thüringen et Schloss Neuenburg).
- 4 Grosslagen
- 18 Einzellagen

Distribution

CCF ETUDE ET VEILLE

- La plupart des producteurs (qui le sont à temps partiel) donnent leurs récoltes aux caves coopératives régionales à Freiburg.
- Quelques exploitations vendent leur propre vin.
- Presque tout le vin est consommé localement.

Les plus grands producteurs

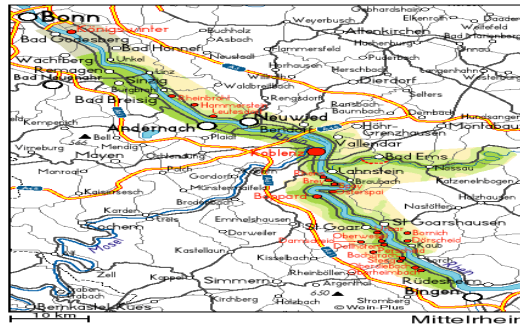
- Thüringer Weingut Bad Sulza (24 vins)
- Winzerhof Gussek (19 vins)
- Landesweingut Kloster Pforta (6 vins).

C'est une région très petite qui lutte pour produire une qualité raisonnable à des prix raisonnables. Le rendement annuel varie extrêmement car il dépend des conditions climatiques (faible pluviométrie...), et certaines appellations ne peuvent être produites qu'exceptionnellement les années chaudes.

De plus, l'appartenance de la région à l'ex-RDA n'a favorisé ni la recherche de la qualité, ni l'émergence des méthodes modernes. Le vignoble est cependant en cours de replantation pour permettre la mécanisation.

Quant aux vins, ils tirent leur caractère des sols calcaires et du climat sec. Le Pinot blanc et le Grauburgunder semblent appréciés. Le Riesling, lui, n'est cultivé que sur des parcelles très favorables, ce qui fait que le Kerner (variété de Riesling) gagne du terrain depuis quelques années.

MITTEL RheIN



Repères géographiques

- En Rénanie-Palatinat essentiellement, Rhénanie du Nord Westphalie et Hesse.
- Sur l'étendue de la vallée du Rhin, entre Bonn et Bingen.
- Villes principales : Coblenz (confluent de la Moselle et du Rhin), Boppard, Oberwesel, Bacharach, Bingen (confluent de Nahe et du Rhin).

Climat

- Les flancs raides de la vallée protègent les vignes des vents froids, et il y a un grand ensoleillement.
- La surface du Rhin reflète le soleil.

Sols

Ardoise argileuse essentiellement, lœss en quelques endroits isolés et sols d'origine volcanique au Nord.

Superficie exploitée et rendement

- 510 hectares, 33 404 hectolitres (65,5 hl/ha)
- 22,2% de Vins De Pays, 77,6% de Vins De Qualité

Cépages principaux

- 88,6% de blancs : 70,7% Riesling, 6,8% Müller-Thurgau et un peu de Kerner.
- 11,4% de rouges : 6,8% Pinot noir, mais aussi Portugieser.

Organisation

- 3 Bereiche (Rheinburgengau, Bacharach et Siebengebirge).
- 11 Grosslagen (Burg Hammerstein, Burg Rheinfels, Gedeonseck et cinq autres pour Rheinburgengau, Schloß Reichenstein et Schloß Stahleck pour Bacharach).
- 111 Einzellagen

Distribution

- Environ $\frac{1}{4}$ des vins sont produits par des caves coopératives.
- Presque tout le vin est consommé localement ou vendu aux touristes.

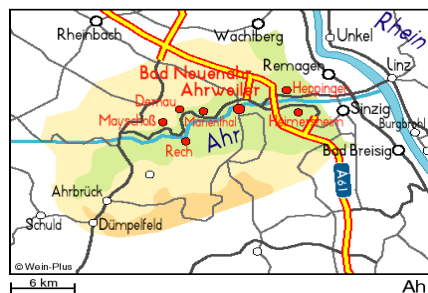
Les plus grands producteurs

- Weingut August & Thomas Perll (34 vins)
- Weingut Toni Jost Hahnenhof (20 vins)
- Weingut Ratzenberger (18 vins).

C'est une petite région touristique autour de châteaux romantiques et de petites villes le long du Rhin. Certains la considèrent comme "la" région viticole importante allemande : il n'y a pas d'excellents vins mais les vins sont bons. De ce fait, les vigneron n'ont en général pas de mal à écouler leur production.

Ils sont cependant peu nombreux, découragés par des pentes si abruptes : il est impossible de faire une production de masse dans ces conditions, et ce découragement est, entre autres, la cause du déclin de la région. De plus, les prix sont trop bas pour faire vivre le commerce. On peut voir de nombreuses vignes abandonnées le long des berges.

ALLEE DE L'ADR



Repères géographiques

- En Rhénanie-Palatinat et Rhénanie du Nord Westphalie.
- Autour de la rivière Ahr, un petit affluent de la rive gauche du Rhin.
- Au Nord-Ouest de la montagne de l'Ahr, protégée par la colline Eifel.
- Ville principale : Bad Neuenahr-Ahrweiler.

Climat

Tempéré et favorable à la vigne, et sorte de serre naturelle dans certaines zones abruptes.

Sols

Riche lœss dans la basse vallée, ardoise, pierre volcanique et sols rocheux dans le centre de la vallée.

Superficie exploitée et rendement

- 504 hectares, 40 793 hectolitres (80,9 hl/ha)
- 26,3% de Vins De Pays, 73,7% de Vins De Qualité

Cépages principaux

- 14,5% de blancs : 7,9% Riesling et un peu de Müller-Thurgau.
- 85,5% de rouges : 59% Pinot noir, 12,7% Portugieser pour l'essentiel, mais aussi Dornfelder et une petite quantité de la spécialité Frühburgunder.

Organisation

- 1 Bereich (Walporzheim-Ahrtal, au Sud de Bonn).
- 1 Grosslage (Klosterberg).
- 43 Einzellagen

Distribution

- La plupart des producteurs sont membres de coopératives qui produisent et mettent sur le marché 75% des vins de la région.
- Presque tout le vin est consommé localement ou vendu aux touristes.
- On préfère vendre aux commerces spécialisés et à la restauration en Rhénanie du Nord Westphalie.

Les plus grands producteurs

- De renommée internationale (****)

Weingut Meyer-Näkel (16 vins)

- De renommée nationale (***)

Weingut Deutzerhof Cossmann-Hehle (28 vins), Weingut Jean Stodden (19 vins), Weingut Adenauer (9 vins)

- Autres (**)

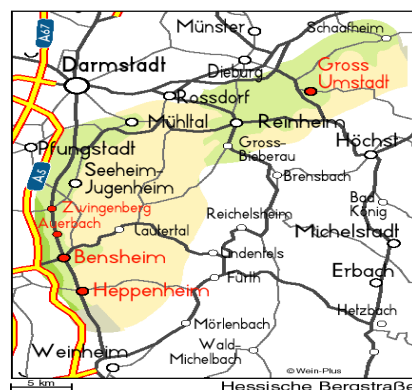
Winzergenossenschaft Wahlporzheim e.G (5 vins) et Staatliche Weinbaudomäne Marienthal (1 vin)

C'est sans doute la région productrice de vins rouges la plus connue en Allemagne, car c'est là qu'on a planté le plus de rouge (ce qui est une particularité qui mérite d'être soulignée).

Cette petite région a pour cépage principal le Pinot noir, qui fait partie des meilleurs vins rouges d'Allemagne (avec ceux du Wurtemberg et du Pays de Bade). Le Müller-Thurgau se distingue lui aussi : il obtient des résultats supérieurs à la moyenne.

Ces nouveaux vins de l'Ahr affichent des prix très concurrentiels.

HESSISCHE BERGSTRASSE



Repères géographiques

- * En Hesse principalement et Bade-Wurtemberg.
- * La région s'étend de Darmstadt au Nord de Heidelberg.
- * Encadrée par le Rhin à l'Ouest et la forêt protectrice Oden à l'Est.
- * Villes principales : Gross Umstadt, Bensheim, Heppenheim.

Climat

Grand ensoleillement et pluviométrie suffisante pour le développement des vignes.

Sols

Ils sont variés : porphyre quartzifère à granite altéré au Nord, à sable et lehm au Sud.

Superficie exploitée et rendement

- * 440 hectares, 31 589 hectolitres (71,8 hl/ha)
- * 32,4% de Vins De Pays, 67,6% de Vins De Qualité

Cépages principaux

- * 87,9% de blancs : 53,3% Riesling, 10,1% Müller-Thurgau, 8,3% Grauburgunder, mais aussi Sylvaner, Kerner et Pinot blanc.
- * 12,1% de rouges avec du Pinot noir.

Organisation

- * 2 Bereiche (Umstadt et Starkenburg).

* 3 Grosslagen (Wolfsmagen, Schlossberg et Rott).

* 22 Einzellagen

Distribution

* Une bonne moitié des producteurs donnent leur raisin à des coopératives à Heppenheim.

* Vu la petite taille de la région, les vins sont rares et la plupart sont consommés localement.

* Juste 30 000 hectolitres, qui ne représentent que 0,3% de la production allemande : la vente directe au consommateur l'emporte.

Les plus grands producteurs

* Weingut Simon-Bürkle (22 vins)

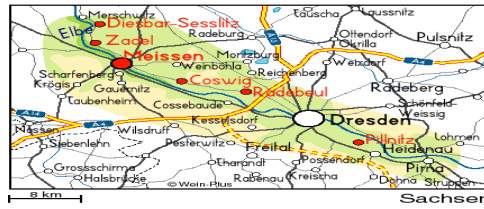
* Staatsweingut Bergstrasse (7 vins)

* Bersträsser Winzer e.G (3 vins).

C'est une région qui bénéficie d'un excellent climat, et est pourvue de nombreux châteaux au sommet de collines et de petites villes romantiques aux maisons à charpentes apparentes. Elle est cependant peu touristique.

Cette région viticole est encore méconnue, et ce même en Allemagne.

SAXE



Repères géographiques

- * En Saxe.
- * Dans la partie supérieure de la vallée de l'Elbe.
- * La région s'étend sur 55 kilomètres environ, au Nord et au Sud de Dresde.
- * Villes principales : Dresde, Meissen, Radebeul.

Climat

Continental (étés chauds et secs, hivers froids). Les températures sont douces dans l'année et les précipitations moyennes.

Sols

Diversité de granits et lehm sur les pentes les plus raides, dépôts de loess et de sable dans certaines vignes.

Superficie exploitée et rendement

- * 428 hectares, 15 0 72 hectolitres (35,2 hl/ha)
- * 9,2% de Vins De Table, 51,4% de Vins De Pays, 39,4% de Vins De Qualité

Cépages principaux

* 86,5% de blancs : 22,2% Müller-Thurgau, 16,1% Riesling, 13,2% Pinot blanc essentiellement, ainsi que Grauburgunder, Traminer, Kerner, Elbling, Scheurebe et une petite quantité de la spécialité Goldriesling.

* 13,5% de rouges : Pinot noir et Dornfelder sont les principales variétés.

Organisation

* 3 Bereiche (Meissen, Dresde, Elstertal).

* 4 Grosslagen

* 17 Einzellagen

Distribution

* 40% des vignobles appartiennent à des domaines d'Etat.

* la plupart des vignerons le sont à temps partiel et livrent leurs récoltes à des coopératives.

* Une poignée de propriétés privées vendent leur propre vin.

* Les vins sont rares et disponibles en quantité limitée : presque tout est consommé localement. La vente directe au consommateur et à la restauration domine, une petite partie est vendue aux commerces spécialisés en tant que spécialité.

Les plus grands producteurs

* Weingut Schloss Proschwitz (19 vins)

* Sächsisches Staatsweingut GmbH – Schloss Wacherbarth (13 vins)

* Weingut Vincenz Richter (9 vins)

C'est une autre petite région, à l'Est (donc le plus au Nord). Comme Saale-Unstrut, le climat est sec mais un peu moins aride. On fait plutôt des vins secs et mousseux.

Autrefois le vignoble était beaucoup plus étendu, mais il s'accroît de nouveau : on expérimente de nouveaux cépages (Faber, Kanzler que l'on appelle ici Jakobsteiner, Bacchus, Scheurebe et Huxelrebe), et l'on peut aussi trouver de vieux cépages comme l'Elbling et l'Auxerrois.

Cependant les prix élevés ne se justifient pas du tout par la qualité, qui est très moyenne.

2.2-Descriptif des sept plus grands : Mosel-Saar-Ruwer, Palatinat, Hesse-Rhénane, Wurtemberg, Franconie et Pays de Bade

MOSEL-SAAR-RUWER



Repères géographiques

- La rivière Moselle constitue la colonne vertébrale de cette région, avec ses 2 affluents (Saar et Ruwer) elle forme une entité géographique bien définie entre les montagnes Hunsrück et Eifel et les vallées des affluents.

- Principales villes : Coblenche, Zell, Trier

Climat

- Températures et précipitations idéales dans les vallées et les sites escarpés. Températures moyennes de la vallée de la Saar inférieures à celles de la Moselle car celle-ci est protégée du vent

Sols

- Haute Moselle: sol coquillart
- Dans les vallées de la Saar et de la rivière Ruwer: schiste argileux
- Depots de ballast, de graviers et de sable à Tallagen

Superficie exploitée

- 10392 hectares
- 94,2% de vins blancs et 5,8% de vins rouges
- Rendement : 89,6 hl/ha

Cépages principaux

- Riesling : 5748 hectares (55,3%)
- Müller-Thurgau : 1894 hectares (18,2%)
- Ebling : 870 hectares (8,4%)
- Kerner : 684 hectares (6,6%)

Organisation

- 5 Bereiche
- 20 Großlagen
- 523 Einzellagen

Distribution

- 1/5 de la récolte est géré par les caves coopératives de Bernkastel-Kues
- 13% des producteurs sont regroupés en coopératives.
- 28% en domaines
- 59% préfèrent vendre directement à la cave
- Beaucoup d'exportations dans cette région
- Vente directe importantes pour les petits exploitants car ils profitent du tourisme.

Qualité

- Longtemps à la mode, cette région est aujourd'hui délaissée par les amateurs de vin. Beaucoup de vins médiocres mais aussi quelques uns des meilleurs du pays.
- Les vins sont clairs, le bouquet est fleuri et épicé, ce sont les plus racés et parfumés. Ils sont généralement bus trop jeunes, il faudrait au minimum attendre 3 ans pour les Kabinett et 10 ans pour les Auslesen pour les déguster.
- Réputation mondiale grâce aux *Spätlesen* et *Beerenauslesen*. C'est certainement la meilleure région productrice de Riesling au monde.
- Meilleurs millésimes récents : 1988 et 1990
- 0,3% de vins de table
- 45,8% de vins de pays
- 53,6% de vins de qualité

Bons producteurs

- Réputation mondiale (*****)

Weingut Fritz Haag, Weingut Dr. Loosen, Weingut Egon Müller - Scharzhof,
Weingut Joh. Jos. Prüm

- Réputation internationale (****)

Weingut Joh Jos Christoffel Erben, Weingut Grans - Fassian, Weingut Reinhold Haart, Weingut Heymann - Löwenstein, Weingut Karlsruhle, Weingut Karthäuserhof

- Réputation nationale (***) :

Weingut Erben von Beulwitz, Weingut Clüsserath Weiler, Weingut von Hövel, Weingut Kees Kieren, Weingut Kirsten, Weingut Carl Löwen, Weingut Milz - Laurentiushof

HESSE-RHENANE



Repères géographiques

- Située dans la vallée du Rhin, cette région est bordée par la rivière Nahe à l'ouest et par le Rhin au nord et à l'est.
- C'est une région forestière parsemée de petites collines.
- Principales villes : Mayence, Worms et Bingen

Climat

Tempéré mais très varié, protégé par les collines et les forêts à l'ouest

Sols

- Loess, sédiments et sols érodés
- Quartz, porphyre

Superficie exploitée

- 23333 hectares
- 78,5% de vins blancs et 21,5% de vins rouges
- Rendement : 95,4 hl/ha

Cépages principaux

- Müller-Thurgau : 5268 hectares (20%)
- Sylvaner : 2987 hectares (11,3%)
- Riesling : 2594 hectares (9,9%)
- Dornfelder : 2195 hectares (8,3%)
- Kerner: 1979 hectares (7,5%)
- Portugieser: 1852 hectares (7%)
- Scheurebe: 1538 hectares (5,8%)
- Bacchus: 1460 hectares (5,5%)
- Faberrebe: 1077 hectares (4,1%)

Division

150 villages répartis sur:

- 3 Bereiche : Wonnegau, Bingen et Nierstein
- 24 Großlagen
- 434 Einzellagen

Distribution

- Beaucoup d'exploitations individuelles.
- De nombreux exploitants cultivent à temps partiel et vendent aux coopératives qui mettent en bouteille et commercialisent leurs vins.

- 1/3 du volume produit est exporté

Qualité

- 95% des vins produits sont blancs, doux et simples.
- La plupart des vins de cette région sont ordinaires, de qualité moyenne sauf pour les villages de la Terrasse du Rhin qui produisent un Riesling de très bonne qualité.
- ¼ de la production est destiné à la fabrication du Liebfrauenmilch, un vin très populaire mais de qualité très moyenne.
- 0,3% de vins de table
- 43,9% de vins de pays
- 55,8% de vins de qualité

Bons producteurs

- De réputation mondiale (*****)

Weingut Keller

- De réputation internationale (****)

Weingut Gunderloch et Weingut Wittmann

- De réputation nationale (***)

Weingut Georg Albrecht Schneider et Weingut Villa Sachsen

FRANCONIE



Repères géographiques

- C'est la région la plus orientale de l'ex RFA. Elle est située dans la haute vallée du Main à 65 kilomètres à l'est du Rhin dans la Bavière. Les pentes sont orientées vers le sud le long du Main et de ses affluents.
- Würzburg est la capitale viticole et culturelle de la région.

Climat

- Continental : étés secs et chauds, hivers froids.

Sols

- Sols de roches primitives et de grès érodés à Unterkrankenet Spessart.

Sols glaiseux et loess à Wertheim et Miltenberg.

Superficie exploitée

- 6040 hectares
- 89% de vins blancs et 11% de vins rouges
- rendement : 84,6 hl/ha

Cépages principaux

- Müller-Thurgau : 2354 hectares (39%)
- Sylvaner : 1252 hectares (20,7%)

- Bacchus : 748 hectares (12,4%)

Organisation

- 3 Bereiche
- 17 Großlagen
- 171 Einzellagen

Distribution

- Les caves coopératives de Kitzingen et des coopératives plus petites produisent et commercialisent 40% de la production. Le reste est géré par des domaines privés ou publics.
- Très peu d'exportations
- 4/5 des bouteilles sont consommées à moins de 250 kilomètres de leur lieu de production.

Qualité

- Le Müller-Thurgau est médiocre mais ici meilleur qu'ailleurs. Les vins sont secs (meilleurs jeunes 3 à 6 ans), puissants, lourds et parfois âpres. Les meilleurs blancs sont les sylvaners. Quelques bons rouges issus de Klingenberg.
- Le *Frankenwein* est très particulier.
- 1% de vins de table
- 61,6% de vins de pays
- 37,4% de vins de qualité

Bons producteurs

- Réputation internationale (****)

Fürstlich Castellisches Domänenamt, Weingut Rudolf Fürst, Weingut Horst Sauer

- Réputation nationale (***)

Weingut Galser-Himmelstoss, Weingut Juliussthal, Weingut Johann Ruck, Weingut Schmitt's Kinder, Weingut Am Stein, Weingut Störrlein, Weingut Hans Wirsching

PALATINAT



Repères géographiques

- Située entre la chaîne de montagnes Haardt et la plaine du Rhin, cette région s'étend du sud de Worms jusqu'à la frontière française.
- Villes principales : Neustadt, Landau

Climat

Exceptionnellement ensoleillé et chaud

Sols

- Grès, sols glaiseux calcaires, sols marneux
- Agrégats de granit, porphyre et de schiste

Superficie exploitée

- 23422 hectares (2ème région d'Allemagne)
- 68,9% de vins blancs ; 31,1% de vins rouges

- Rendement : 102 hl/ha

Cépages principaux

- Riesling: 4863 hectares (20,8%)
- Müller-Thurgau: 3568 hectares (15,2%)
- Portugieser: 2601 hectares (11,1%)
- Dornfelder: 2302 hectares (9,8%)
- Kerner: 1914 hectares (8,2%)
- Spätburgunder: 1254 hectares (5,4%)
- Silvaner: 1211 hectares (5,2%)
- Scheurebe: 722 hectares (3,1%)

Organisation

- 2 Beroiche : Mittelhaardt Deutsche Weinstraße et Südliche Weinstraße
- 26 Großlagen
- 335 Einzellagen

Distribution

- 1/3 de la production est vendue directement
- 1/2 de la production est commercialisée par des coopératives

Qualité

- 0,7% de vins de table
- 50,5% de vins de pays
- 48,8% de vins qualité
- Des vins blancs doux et plaisants sont produits dans cette région et figurent parmi les meilleurs du pays. En raison de la demande croissante en vin rouge, il y a beaucoup de nouvelles plantations de Dornfelder produisant un vin très coloré.

Bons producteurs

- Réputation mondiale (*****)

Weingut Müller-Catoir

- Réputation internationale (****):

Weingut Dr. Bürklin-Wolf, Weingut Reichsrat von Buhl, Weingut Koehler-Ruprecht, Weingut Georg Mosbacher

- Réputation nationale (****):

Weingut Bergdolt, Weingut Bernhart, Weingut Knisper, Weingut Münzberg

WÜRTEMBERG



Repères géographiques

- Région située à l'est du Rhin et du Pays de Bade entre la vallée Tauber et les collines avancées du Jura.
- Les vignobles sont principalement situés le long des vallées de la rivière Neckar et de ses affluents à l'est de Stuttgart. La plupart des vignobles terrassés ont été restructurés afin d'améliorer la productivité.
- Villes principales : Stuttgart, Heilbronn

Climat

Doux car les collines de la Forêt Noire et du Jura ainsi que les nombreuses rivières tempèrent le climat.

Sols

Différentes formations de keuper

Surface exploitée

- 11336 hectares
- 33,7% de vins blancs ; 66,3% de vins rouges
- Rendement : 105,1 hl/ha

Cépages principaux

- Trollinger : 2598 hectares (22,9%)
- Riesling : 2336 hectares (20,6%)
- Schwarzriesling : 1901 hectares (16,8%)

Au total 82 cépages différents dont seulement 30 à entrer en bouteille, le reste étant destiné à la recherche

Division

6 Bereiche : Kocher-Jagst-Taber, Württembergisches Unterland, Remstal-Stuttgart, Württembergisches Bodensee, Bayerischer Bodensee et Oberer Neckar.

Distribution

Les 4/5 des exploitations ne dépassant pas un hectare de superficie sont regroupées en coopératives, dont celle de Möglingen qui gère 80% de la récolte moyenne. 32 autres coopératives locales élaborent et commercialisent leur propre vin. Très peu d'exportations.

Qualité

- Les vins des petits affluents sont meilleurs que ceux des vallées principales. Les vins de cette région sont pratiquement inconnus car la consommation locale est le triple de la moyenne nationale.
- 1 millions d'hectolitres sont produits dont 40% de rouges (exceptionnel en Allemagne).
- Beaucoup de cépages particuliers qui donnent aux vins 1 goût marqué du terroir. Les Riesling sont très bons, la plupart des vins sont légers et fruités, il existe cependant des vins plus lourds et colorés de première classe.
- 0% de vins de table
- 45,2% de vins de pays
- 54,8% de vins qualité

Bons producteurs

- De réputation nationale (***)

Weingut Graf Adelman, Weingut Gerhard Aldinger, Weingut Ernst Dautel, Weingut Drautz-Able, Weingut Jürgen Ellwanger, Weingut Karl Haidle, Weingut des Grafen Neipperg, Weingut Albrecht Schwegler, Weingut Wöhrwag

PAYS DE BADE



Repères géographiques

C'est la région viticole la plus au sud de l'Allemagne. Cette bande de terre longue et étroite est nichée entre les collines de la forêt noire et le Rhin. Elle s'étend sur près de 400 kilomètres du nord au sud : de Heidelberg jusqu'à la frontière suisse et au lac de Constance.

Climat

Ensoleillé et chaud mais grande diversité

Sols

- Pierres de moraine sur les rives du lac de Constance
- Sols calcaires, glaise, sols marneux, énormes dépôts de loess, sols volcaniques à Kaiserstuhl et Markgräflerland
- Sol coquillier à Kraichgau et Taubergrund

Superficie exploitée

- 15866 hectares
- 62,1% de vins blancs ; 37,9% de vins rouges
- Rendement : 76,1 hl/ha

Cépages principaux

- Spätburgunder : 5290 hectares (33,3%)
- Müller-Thurgau : 3779 hectares (23,8%)
- Grauburgunder: 1466 hectares (9,2%)

- Riesling: 1309 hectares (8,3%)
- Gutedel: 1146 hectares (7,2%)
- Weißburgunder: 1046 hectares (6,6%)

Organisation

- 8 Beroiches : Badisches Frankenland, Badische Bergstraße, Breisgau, Ortenau, Kaiserstuhl, Tuniberg, Markgräflerland, et Bodensee
- 16 Großlagen
- 306 Einzellagen

Distribution

- La plupart des exploitations sont regroupées dans une centaine de coopératives qui produisent et commercialisent 85% du volume total.
- Les caves coopératives de Breisach sont les plus grandes d'Europe.
- Peu d'exportations.
- 50% ventes en grades surfaces et 50% vente aux restaurateurs ou directement au client.

Qualité

- La majorité des vins est de pauvre qualité, notamment ceux de Breisach.
- Le Riesling n'est généralement pas recommandé, sauf celui de Durbach (le meilleur village).
- 0,1% de vins de table
- 33,6% de vins de pays
- 66,3% de vins de qualité

Bons producteurs

- Réputation internationale (****)

Weingut Bercher, Weingut Dr. Heger, Weingut Bernhard Huber, Weingut Karl H Johner, Weingut Andreas Laible, Weingut Schloss Neuweier

- Réputation nationale (***)

Weingut Abril, Weingut Duijn, Weingut Fischer, Weingut Ernst Heinemann, Franz Keller Schwazer Adler, Weingut Weingut Michel, Weingut Schloss Ortenberg, Weingut Salwey, Weingut Hartmut Schlumberger, Weingut Seeger

3-STATISTIQUES SUR LA PRODUCTION DE VIN EN ALLEMAGNE

3.1-Entreprises viticoles en Allemagne (domaines, coopératives et établissements)

Taille (espace viticole en ha)	Nombre d'entreprises	Total des espaces viticoles par catégorie (ha)
Moins de 0,1	12 040	663
De 0,1 à 0,3	19 920	3 758
De 0,3 à 0,5	8 665	3 347
De 0,5 à 1,0	9 072	6 431
De 1,0 à 2,0	6 298	8 939
De 2,0 à 3,0	3 138	7 704
De 3,0 à 5,0	3 573	13 944
5,0 et plus	5 892	59 447
Total	76 683	102 021

Interprétation : On remarque qu'en Allemagne, les terrains viticoles les plus petits sont les plus nombreux. En effet, il y a plus de douze mille

entreprises viticoles de moins de 0.1 hectares contre un peu plus de cinq mille entreprises de 5.0 hectares et plus.

Au plus l'espace viticole est petit, au plus l'espace pris par la vigne est petit. Par exemple, pour un espace viticole de moins de 0.1ha, l'espace relatif à la vigne est de 663 ha tandis que pour un espace de 5.0ha et plus, l'espace de vigne est de 59.447ha.

3.2-Production de moût de raisin par région viticole

Régions viticoles	Espaces de vignes (hectares)	Production (hectolitres)	Rendement (hl/ha)
Ahr	504	40 793	80,9
Pays de Bade	15 866	11 167 621	76,1
Franconie	6 040	499 881	84,6
Hessische Bergstrasse	440	31 589	71,8
Mittelrhein	510	33 404	65,5
Mosel - Saar -Ruwer	10 392	909 633	89,6
Nahe	4 222	311 650	73,8
Palatinat	23 422	2 272 051	102
Rheingau	3 129	209 369	66,9
Hesse-Rhénane	23 333	2 401 967	95,4
Saale - Unstrut	647	31 759	49,1
Saxe	428	15 072	35,2
Wurtemberg	11 336	1 156 532	105,1
Total	99 714	9 081 321	91,1

Interprétation: Le Rhein-Hessen a le taux le plus élevé d'espaces viticoles, avec plus de 25000 ha, ainsi que le plus grand nombre d'hectolitres de moût de raisin produit. Cette région a aussi un taux très élevé d'hectolitres par hectares, qui est de 95.4hl par ha.

Sachsen a un taux d'hectares beaucoup plus limité : en effet, il n'y a que 428 hectares. Par contre, c'est dans cette région que l'on produit le meilleur vin de table.

Offre : Chiffres clés, Tendances générales, Classification des vins allemands, Production viticole allemande, Origines des vins consommés en Allemagne

4-OFFRE DE VIN EN ALLEMAGNE

4.1-Chiffres clés

Avec 23.8 litres par personne en 2006/7, soit un demi-litre de plus que l'année précédente, l'Allemagne atteint des niveaux de consommation inégalés. Une croissance qui se fait aux dépens de la bière, dont la part de marché diminue (mais avec 116.0 l/habitant/an, elle reste de loin la boisson alcoolisée la plus consommée dans le pays). Il faut souligner que le vin bénéficie d'un courant d'opinion extrêmement favorable, symbolisant un art de vivre auquel les Allemands aspirent. La bière est perçue comme une boisson plus masculine et populaire.

L'Allemagne reste sur la quatrième place concernant la consommation mondiale du vin, après France, Italie et les États-Unis.

Les Allemands consomment 45 % de vins allemands. Après avoir beaucoup baissé depuis 10 ans, cette part tend à se stabiliser. Les vignerons allemands se battent pour maintenir leurs parts de marché nationales et y réussissent aujourd'hui plutôt bien malgré des prix moyens plus élevés (181 €/hl in 2005) que ceux des vins importés (139 €/hl in 2005).

4.2-Vin bio :

Il y a 20 ans que la première Union des producteurs de vin bio a été fondée en Allemagne, à présent composée de plusieurs syndicats (qui est maintenant rejoint par des autres union bio). Comme en France, les vins bios sont en réalité des vins « produits à base de raisins issus de l'agriculture biologique » : le même mode de vinification est utilisé pour la production des vins bios que pour les vins conventionnels, la différence se trouve dans le vignoble. 3% (2.000 ha) des régions viticoles sont cultivés avec du vin bio, mais le chiffre augmente chaque année. Les producteurs de vins bios utilisent seulement des engrais biologiques, comme l'humus ou le compost, et des produits phytosanitaires agréés. En tout cas, ça ne veut pas dire que la viticulture traditionnelle à moins du respect pour l'environnement, en fait la protection de l'environnement est un enjeu très important en Allemagne. Tous les viticulteurs utilisent des modes de culture respectant l'environnement. Les vins bio sont distribués largement et peut être trouvé dans chaque bon vin magasins.

L'Allemagne produit près de 10 millions d'hectolitres (2007 : 11millions d'hl, le millésime s'est placé au-dessus de la moyenne, alors que le millésime 2007 a été caractérisé par de très faibles quantités récoltées à travers le monde) mais en consomme plus du double et en exporte.

Avec 12 millions d'hectolitres importés par an, la RFA se place en tête du palmarès européen des pays importateurs, avant la Grande-Bretagne. Il s'agit à 80 % de vins tranquilles – dont 60 % de rouges – mais l'Allemagne achète également des quantités importantes de vins mousseux (800 000 hl) et vins perlants (500 000 hl).

4.3-Les fournisseurs de l'Allemagne

Les principaux fournisseurs sont l'Italie (6.3 millions d'hectolitres), la France (2.3 millions) et l'Espagne (2.1 million), totalisant à eux trois plus des trois quarts des volumes. Cette part de marché a tendance à s'éroder au profit de nouveaux pays.

L'Allemagne importe aussi en provenance d'autres pays européens : Autriche et Macédoine (300 – 350 000 hl chacun) et dans une moindre mesure la Grèce, la Hongrie, la Roumanie, la Bulgarie (100 – 150 000 hl chacun). Ces pays ont connu une forte progression dans la deuxième moitié des années 90. Il en va de même pour d'autres pays « du Nouveau Monde » tels que les États-Unis ou le Chili, avec désormais 400 à 450 000 hl/an à destination de l'Allemagne (2006).

Les exportations de vins allemands se montent environ à 2,5 millions d'hectolitres et sont destinées principalement au Royaume Uni et aux Pays Bas. Ces exportations sont en légère baisse.

Les vins tranquilles, rouges, blanc ou rosés, représentent 75 % des ventes totales. Les pétillants occupent 21 % du marché, tandis que les vins fortifiés et les boissons alcooliques autres que les vins de raisin comptent pour moins de 1 % des ventes annuelles.

Source www.vitisphere.com

4.3-La classification des vins allemands

La législation allemande est extrêmement complexe en matière de classification des vins.

Contrairement au système français, qui a été grosso modo exporté dans d'autres pays comme l'Italie ou l'Espagne, le système allemand est basé d'abord sur trois catégories de qualité:

- **Landwein** ou **Tafelwein** (à peu près l'équivalent de nos vins de table, vins de pays = vins bas de gamme)
- **Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete (QbA)** (vin de qualité produit dans une région déterminée)
- **Qualitätswein mit Prädikat (QmP)** (identique au précédent, mais "avec distinction", c'est à dire de qualité supérieure)

Cette troisième catégorie est à son tour subdivisée en pas moins de six niveaux distingués essentiellement d'après la teneur en sucre (dans le moût, donc avant la vinification) :

Kabinett

Typique. Un vin élégant, léger, fruité. Vendanges en général en octobre.

Spätlese

("vendanges tardives")

Vendanges obligatoirement au moins sept jours après les vendanges normales. Un vin qui se caractérise surtout par sa maturité, son élégance, sa rondeur en bouche.

Auslese

("sélection")

Élimination des raisins non parvenus à maturité. Vin avec beaucoup de corps. Bouquet complexe. Vins de garde.

Beerenauslese

("sélection de grains nobles")

Sélection des raisins parvenus à pleine maturité et atteints de pourriture noble (botrytis). Vin très mûr, fruité et avec beaucoup de corps. Couleur ambre et arômes rappelant le miel. Abréviation courante: BA.

Trockenbeerenauslese

("sélection de grains nobles et asséchés")

Pour produire ce vin remarquable tant pour l'œil que pour le nez et la bouche, on n'utilise que des baies asséchées et ratatinées comme des raisins secs. Un vin rare. Abréviation courante: TBA.

Eiswein

("Vin de glace")

Les raisins sont récoltés sur les bords de la Moselle, par des températures atteignant les -8° Celsius. Ce vin doux est très prisé en Allemagne et il se vend à prix fort.

Règles très strictes pour sa production:

- les raisins doivent être cueillis et pressés dûment gelés, à une température inférieure à -8 °C;
- aucune congélation artificielle n'est admise;
- Le contenu minimum d'alcool naturel total du vin doit atteindre 15% alcool. /vol

En outre, en janvier 2001, l'Allemagne a introduit deux nouveaux " niveaux de qualité " destinés à donner un coup de pouce à l'industrie vinicole mais qui, de l'avis des plus grands producteurs, ne font qu'augmenter la confusion. Il s'agit des labels **Classic** et **Selection**.

La catégorie la plus haute des vins allemands, celle du *Qualitätswein mit Prädikat*, a totalisé 27% de la production, la catégorie intermédiaire des vins de qualité (*Qualitätswein*) 68%, tandis que celle des vins de table (*Tafelwein*) n'a représenté que 4% de la production.

Existe en Allemagne 13 régions viticoles, que l'on peut répartir en deux groupes :

Les six principaux vignobles

A eux seuls, ils comptent pour 90% du total : Hesse-Rhénanie (25 000 ha), Palatinat (22 000 ha), Mosel-Saar-Ruwer (10 000 ha), Pays de Bade et du Wurtemberg (respectivement 15 500 ha et 11 000 ha), ainsi que la Franconie (6 000 ha). Les vignes sont situées dans les vallées creusées par des rivières et souvent protégées par des collines, avec souvent des pentes importantes. Les régions du Palatinat, de Bade et surtout du Wurtemberg, avec les climats les plus doux et ensoleillés, produisent plus de 30% de rouges.

Le Palatinat, La Hesse et la région de Mosel-Saar-Ruwer possèdent une large gamme et une structure de commercialisation très diversifiée, de nombreuses entreprises et une part significative des ventes à l'export, mais aussi beaucoup de vente directe. Les autres régions sont plutôt orientées vers une consommation nationale, voire régionale. Les structures d'exploitation sont souvent petites, et le poids de la coopération est important.

4.4-Les autres régions viticoles

Au nombre de 7, elles sont de superficie bien inférieure : Nahe (4 300 ha), Rheingau (3 000 ha), suivis des vignobles beaucoup plus petits du Mittelrhein (500 ha), de la vallée de l'Ahr (540 ha), la Hessische Bergstrasse (450 ha), ainsi que la Saxe (450 ha) et la Saale-Unstrut (650

ha), régions viticoles de l'ex-Allemagne de l'Est, rattachés depuis 1990 à la législation allemande et aux normes de l'Union Européenne.

Les vignes sont là aussi plantées dans les vallées des rivières, parfois très encaissées comme dans le Mittelrhein où le reflet du soleil sur le Rhin et les pentes abruptes créent une sorte de serre. La production est écoulée essentiellement localement, souvent en vente directe d'autant que plusieurs régions sont très touristiques. Rheingau est la plus célèbre région, avec une renommée internationale, une part importante des ventes en distribution traditionnelle, export et restauration, des propriétés célèbres appartenant à l'ex-aristocratie, et l'on y trouve une proportion plus importante qu'ailleurs de vigneronns à plein temps.

Plus continentaux, les vignobles de Saxe et Saale-Unstrut connaissent une production beaucoup plus variable d'une année sur l'autre. Après une phase de repli pendant l'ex-RDA, ils connaissent à nouveau une expansion et transformation (mécanisation du vignoble, ré encépagement, investissements dans les chais, etc.)

5-DISTRIBUTION

5.1-Les circuits de distribution :

Les importantes promotions en Hard Discount sur les vins de moyen et haut de gamme (6,99 €) sont elles responsables de la consolidation des résultats de ce circuit (+15,2% en valeur et +10,3% en volume)? Peut être, mais cela n'a pas profité à tous: Aldi perd en effet près de 4% de volume de vente de vins et 1,7% de chiffre d'affaires.

Les enseignes de Grande distribution ne sont pas en reste malgré des résultats très disparates suivant la surface du magasin. Concernant les opérateurs traditionnels (cavistes en tête), l'optimisme est de mise après de bonnes fêtes de Noël. Ce circuit qui « prend un peu d'oxygène » après ces dernières (rudes) années ne peut toutefois pas « baisser sa garde ». En effet, voyant le renforcement des positions des cavistes, le Discount a nettement refondu sa gamme en 2007, tirant ses références vers le haut. Dans ce contexte, les cavistes doivent, plus que jamais, faire preuve d'une grande vigilance et de créativité pour se différencier en proposant des produits originaux et offrant de très bons rapports qualité/prix (d'autant que le contexte économique est incertain).

5.2-Part des circuits de distribution en Volume en 2007 :

Circuit	Part de marché (en %)	Variation sur 1 an (en %)
Discounters (hors Aldi)	30.6	+10.5
Aldi	24.7	-3.8
Hyper	10.7	+0.8
Grands Supers	9.6	-5
Supers	9.2	+5.3
Superettes	5.8	-3.8
Cash & carry	5.4	-2.6
Magasins <400m2	3,4	+1.1

Répartition en distribution par couleur (sans Aldi) en valeur

Part du marché	2007 (en %)	%/06
Rouge	58.8	+6.3
Rosé	7.3	+19.4

Blanc	34	+5
--------------	-----------	-----------

Répartition en distribution par couleur (sans Aldi) en volume

Part du marché	2007 (en %)	%/06
Rouge	53.1	+4.6
Rosé	8.1	+15.3
Blanc	38.8	1.3

5.3-Principaux circuits de distribution

En Allemagne, le vin est principalement proposé par quatre grands circuits de distribution de détail.

- Vente directe des viticulteurs allemands = 19%
- Hard discounters = 39%
- Circuits classiques (hyper/supermarchés, supérettes...) = 36%
- Le petit secteur des cavistes = 5,2%

Parmi les leaders on retrouve les grandes centrales d'achat EDEKA, Rewe et Metro qui totalisent avec les hard discounters Lidl (Groupe Schwarz) et Aldi plus de 50% des ventes de vin rouge en Allemagne. Cependant, les autres discounters que sont Penny (REWE), Netto, Plus (Tengelmann) et Norma (Tengelmann) se positionnent bien, puisque le hard discount représente un poids toujours croissant dans la distribution de vin.

ALIMENTATION en CHIFFRE d'AFFAIRES 2002 en MIO EURO	Top 10 Food en Allemagne
1. Edeka-Gruppe	20.929
2. Aldi Gruppe	20.250
3. Rewe Zentral AG	19.645
4. Metro AG	14.430

5. Schwarz-Gruppe (LIDL)	13.979
6. Tengelmann Warenhandels-gesellschaft oHG	7.762
7. Spar Handels AG	6956
8. Lekkerland-Tobaccoland GmbH & Co. KG	6.945
9. Schlecker	5.035
10. Dohle-Handelsgruppe Service GmbH & Co. KG	2.408

Pour le circuit classique, on retrouve tout un ensemble de petits commerçants dans l'alimentation générale. Le principal caviste reste Jacques' Wein Dépôt, mais on retient tout aussi le poids des coopératives viticoles.

5.4-Accès des circuits de distribution aux exportateurs français

Il faut savoir que l'approche de la grande distribution alimentaire pour de nouveaux entrants français n'est pas aisée, d'autant plus que les gammes sont limitées et pas toujours sélectionnées avec soins. La recherche par les distributeurs allemands de fournisseurs susceptibles de fournir des gammes de produits très larges et un service adapté (notamment logistique) limite l'accès à ces circuits de distribution, même pour des entreprises de grande taille, mais spécialisées dans une seule région de production. Ce circuit reste donc à conquérir pour un grand nombre d'opérateurs français.

Les chaînes de grands magasins (Karstadt et Kaufhof pour les plus importantes) ainsi que les chaînes de cavistes sont par contre assez atypiques. Elles possèdent des gammes de vins beaucoup plus larges et

travaillent différemment de la grande distribution alimentaire. Elles sont généralement plus faciles d'approche.

L'approche du circuit traditionnel demande beaucoup de temps et de patience. En effet, une implantation durable sur le marché allemand passe généralement par la bonne maîtrise d'un réseau de plusieurs dizaines de petits clients.

Les exportateurs peuvent également s'adresser à deux types d'intermédiaires : les distributeurs et grossistes ou les agents et représentants.

Les grossistes et distributeurs allemands sont d'excellents intermédiaires par lesquels il est possible de faire connaître des vins sur le marché allemand. En outre, les distributeurs sont tenus par la loi de veiller à ce que les produits importés soient conformes aux réglementations sur les produits alimentaires de l'Allemagne et/ou de l'UE.

Quant aux agents *et représentants*, ils sont aussi d'excellents intermédiaires, par lesquels il est possible d'introduire de nouveaux produits sur le marché allemand. Les agents s'occupent de trouver des acheteurs et de négocier des accords au nom des exportateurs qu'ils représentent, mais ils ne prennent pas possession des produits qu'ils vendent.

6-La vente par correspondance : Internet et catalogues

6-1-Les magazines des professionnels du vin :

Weinwirtschaft (<http://www.weinwirtschaft.de>)

Wein & Markt (<http://www.weinundmarkt.de/>)

6.2-Les magazines de consommateurs lus par les professionnels :

Weinwelt (<http://www.wein-marktplatz.de>)

Alles über Wein (<http://www.alles-ueber-wein.de>)

(<http://www.winelife.de>)

Vinum

<http://www.vinum.de/>

6.3-Les magazines de l'agro-alimentaire :

Getränke Zeitung (toutes boissons)

<http://www.getraenke-zeitung.de/>

Getränke Markt (toutes boissons)

http://www.hanscarl.com/deutsch/fachzeitschriften/getraenkemarkt/gm_index.htm

Lebensmittelzeitung (distribution et produits alimentaires)

<http://www.lebensmittelzeitung.de>

6.3-Les organisations professionnelles :

Deutsches Weininstitut

<http://www.deutscheweine.de>

Deutscher Weinbauverband e.V.

<http://www.dwv-online.de>

7-Les foires et les salons

7.1-Événement / Description

Organisateur

Prowein

Vins et spiritueux

Tous les ans en mars Düsseldorf, Allemagne

Messe Düsseldorf GmbH

Stockumer Kirchstrasse 61

40474 Düsseldorf, Allemagne

Tél. : (49-211) 4560-01

Fax : (49-211) 4560-668

info@messe-duesseldorf.de

<http://www.messe-duesseldorf.de>

Intervitis Interfructa

Salon international de viticulture et d'œnologie,

de culture et de transformation des fruits, et des techniques

d'embouteillage et d'emballage

Tous les trois ans en mai

Stuttgart, Allemagne

Messe Stuttgart International

Am Kochenhof 16

Postfach 103252

D-70028 Stuttgart, Allemagne

Tél. : (49-711) 2589-0

Fax : (49-711) 2589-626

<http://www.messe-stuttgart.de>

Anuga

Salon agro-alimentaire

Tous les 2 ans en octobre

Cologne, Allemagne

KölnMesse

Messeplatz 1

D-50679 Cologne, Allemagne

Tél. : (49-221) 8210

Fax : (49-221) 8212-574

<http://www.koelnmesse.de/anuga/>

Semaine Verte de Berlin (Grüne Woche Berlin)

Produits alimentaires, boissons, vins et spiritueux

En janvier

STEINSEL - Centre de loisirs

Salon du vin

En mars

Salon du vin de Hambourg

En mars

Location

Börsensäle der Hamburger Handelskammer
Adolphsplatz 1, 20457 Hamburg

Bio Fach

Alimentation biologique, cosmétiques naturels,

textiles et autres produits naturels

En février à Nuremberg

www.biofach.de/library/pdf-d7aaxelr-fr.pdf

8-Les tendances du marché du vin en Allemagne et comportements des consommateurs.

8.1-Le contexte général :

Après des années difficiles où l'Allemagne était au bord de la récession (d'où le fort développement du Discount), les chiffres 2007 confirment la reprise du marché allemand amorcée en 2006, avec l'enregistrement d'une hausse de 1,7 % des ventes en volume et de 4,6% en valeur dans la distribution (AC Nielsen). Ces chiffres très positifs s'expliquent par 2 phénomènes : le vin est de plus en plus prisé au détriment de la bière (les allemands ont consommé 0,5l de vin par tête de plus qu'en 2006) et les consommateurs sont maintenant prêts à acheter leurs vins un peu plus chers.

En effet, la demande en vins d'entrée de gamme (<2 €) a baissé de 1.5% en volume en 2007 pour la 1ère fois depuis bien longtemps alors que la demande vins intermédiaires (entre 2 et 2.99 €) croit de 6% et de 17.7%

pour les vins de plus de 3 € sur la même période. Ce nouvel engouement est à saluer mais restons toutefois prudents sur l'analyse de ces chiffres. Cette hausse du chiffre d'affaires dans la distribution est liée à la hausse de la TVA de 3 points (16% à 19%), et aussi au coût des matières sèches que les opérateurs ont reporté sur le prix de vente. La petite récolte de 2007 en Europe devrait accentuer cette hausse des prix en rayon en 2008.

Les Allemands boivent du vin, et de plus en plus, leur vin, c'est-à-dire celui qu'ils produisent bien sûr (essentiellement blancs et en réel progrès), mais aussi ceux du monde entier : Italie, France, Espagne, Californie, Chili, Australie pour l'essentiel. Vins blancs, champagnes et « sekt » (vins effervescents allant du pire à d'honorables « crénants ») s'invitent à toutes occasions de « fête » et ces occasions ne manquent pas. Car si les Allemands ont la réputation d'être des bosseurs, ils savent aussi bien lever le coude le moment venu : seulement ils ne mélangent pas les deux suivant le principe germanique toujours d'actualité : « quand on travaille : on travaille, quand on rigole : on rigole ». Le vin rouge connaît une ascension remarquable, plutôt en accompagnement de repas, alors que jusqu'à maintenant le vin était généralement dégusté hors repas (c'est moins vrai avec les nouvelles générations). La courbe croissante de consommation de vin en Allemagne pourrait bien croiser dans un avenir pas si lointain, la courbe décroissante de la consommation française, d'autant que, outre-Rhin, on compte presque 20 millions de consommateurs de plus qu'en France.

Source : http://www.agoravox.fr/article.php3?id_article=34558

8.2-Combien les Allemands dépensent-ils pour le vin ?

Le prix moyen du vin outre-Rhin se situe autour de 3,90 €, ce qui ne veut pas dire que tous les vins doivent être à ce niveau (l'effet hard-discount ayant tiré les prix vers le bas), la zone de chalandise acceptable se situe à mon avis entre 4 et 8 € pour les vins de qualité courante. Il faut donc voir si les vins français peuvent se situer dans cette zone de prix.

http://www.agoravox.fr/article.php3?id_article=34558

Cependant, chez les hard-discounters tels que Aldi - qui représentent déjà 44% des ventes et qui continuent à gagner des parts de marché - 1,08 € par bouteille de vin blanc (2,77 €/l) et 2,34 € par bouteille de vin rouge (3,12€/l), prix en baisse de 8,4 %. Les Allemands sont en effet très sensibles au prix qui est le principal facteur déclenchant pour leurs achats de vin.

Par ailleurs, il faut souligner une différence entre les cultures allemande et française, dont peu de producteurs et d'exportateurs de l'Hexagone tiennent compte : pour comparer plusieurs produits similaires, les Français se basent sur une notion de "rapport qualité - prix", alors que les Allemands vont plus loin en étendant cette notion à un "rapport prix - performances" (*Preisleistungsverhältnis*), si bien qu'ils sont encore plus exigeants que nos compatriotes.

Heureusement, la tendance européenne - qui est en outre encouragée par le Parlement Européen - est de développer des vins moyens et hauts de gamme afin de se différencier des vins bon marché en provenance du Nouveau Monde (Chili, Afrique du Sud...) Cette nouvelle tendance est déjà présente Outre-Rhin, puisque les Allemands augmentent petit à petit la part de leur budget consacrée au vin, notamment au détriment de la bière (pour plus de détails, se référer aux [statistiques de consommation](#)). Néanmoins, les bouteilles de plus de 5 € ont encore du mal à se faire une place sur le marché allemand.

Enfin, on notera qu'une étude du [Statistisches Bundesamt](#) (équivalent en Allemagne de l'INSEE français) a révélé que l'année dernière, les Allemands ont eu tendance à dépenser moins pour la nourriture et les boissons, au profit de l'aménagement de leurs habitations.

Sources

http://www.vitisphere.com/dossier.php?id_intertitre=49731&id_dossier=49270

8.3-Le vin synonyme de reconnaissance sociale

Généralement, pour les Allemands, le vin est une preuve de réussite sociale, de différenciation par le raffinement. En effet, le vin est plus cher que la bière et est envisagé comme une boisson raffinée, que seuls les connaisseurs savent apprécier. Si bien que boire du vin régulièrement prouve que l'on a de l'argent, du goût, du savoir-vivre. Et cette image de soi, chacun veut la posséder et l'exposer à son voisin.

Plus particulièrement, les femmes consomment ce type de boisson afin de se distinguer des hommes et de leur bière. Elles revendiquent ainsi leur ascension sociale et leur indépendance.

8.4-Les séminaires d'œnologie pourraient devenir à la mode

Que ce soit parce que le vin est une marque de raffinement ou parce que certains consommateurs allemands souhaitent tout simplement en savoir

davantage, les séminaires pour devenir œnologue amateur sont en plein essor.

En effet, en Allemagne se développe tout un segment de marché qui rassemble des personnes aisées et désireuses d'apprendre à apprécier à leur juste valeur des vins de qualité.

Dans cette perspective, la France possède un formidable potentiel. En effet, notre pays est l'un des plus réputés pour ses vignobles de qualité, et c'est aussi le premier pays touristique au monde.

Les producteurs de vin français pourraient donc envisager de proposer à une certaine clientèle allemande des séjours qui allieraient des séminaires de dégustation à des conditions d'hébergement avec des airs de vacances : résidence en château ou mas provençal, cuisine française et autres.

8.5-Les vins rouges s'affirment sur les tables allemandes

Traditionnellement en Allemagne, on boit du vin avant le repas en guise d'apéritif - au "bistro à vin" le matin vers 11h le "Frühschoppen", vers 17h le "Dämmerschoppen", ou bien au contraire hors du repas, avec les desserts et les petits fours. Ainsi, les vins blancs demi-secs sont tout particulièrement appréciés. Situation typique: "Le repas, a-t-il été bon? D'accord! Alors passons au salon et ouvrons une bonne bouteille de vin"

Cependant, sous l'influence de l'art de vivre français si populaire en Allemagne, nos voisins d'Outre Rhin boivent de plus en plus souvent de vin au cours des repas et délaissent leurs vins blancs nationaux au profit de vins rouges, qui accompagnent plus volontiers les viandes.

Source : <http://www.abrege.com>

8.6-Des vins en accord avec les plats allemands

Comme nous l'avons vu plus haut, les Allemands consomment de plus en plus de vin chez eux et au cours du repas. Or, dans la majorité des publicités qui ont pour but de promouvoir les vins français en Allemagne, le vin est associé à la cuisine française.

Mais si le vin français a un potentiel de vente important en Allemagne, il ne complète pas toujours un repas à la française, que les Allemands trouvent "chic et cher". En effet, pour nos voisins d'Outre Rhin, manger dans un restaurant français reste très exceptionnel car la cuisine y est certes particulièrement raffinée, mais surtout très chère.

Ainsi, il serait plus avantageux d'associer nos vins à des plats typiquement allemands afin de banaliser ces produits français pour en élargir au maximum le nombre des consommateurs.

De plus, les Allemands ont longtemps reproché aux producteurs français de négliger leur pays. Désormais, il serait bon de prendre les devants et de se rapprocher de leur culture.

9-Le vin et la santé

9.1-Conduire et boire ne font pas bon ménage en Allemagne

Pour les Allemands, il est très mal vu de consommer de l'alcool avant de prendre le volant. Cette prise de conscience s'étend aussi bien aux jeunes qu'aux personnes plus âgées.

Ceci explique en partie le fait que les Allemands préfèrent boire à leur domicile plutôt que lors de sorties au restaurant. En outre, boire chez soi revient moins cher.

Il faudra donc tenir compte de cela et ne pas viser le segment de la restauration hors foyer.

9.2-Bienfait sur la santé

Une tendance émergente se confirme avec cette information qui se répand : la consommation de vin a des effets bénéfiques pour la santé.

En effet, il a été prouvé à plusieurs reprises que le vin - et particulièrement le rouge - prolonge la vie, contribue à un bon moral et diminue les risques de certaines maladies ou cancers.

Il est bien sûr entendu que ces effets positifs ne se font ressentir que dans le cadre d'une consommation modérée de vin, et seulement de vin, car les autres alcools présentent tout au contraire des risques accrus pour la santé, argument supplémentaire qui renforce le potentiel de développement et de consommation du vin aux dépens de la bière et autres boissons alcoolisées.

<http://www.cepdivin.org/evenements/vinsobres.html>

<http://www.vignerons.com/dossiers/vinsante.html>

9.3-Des vins "bio" prometteurs

Même si les labels biologiques allemands et français reposent sur un même principe de base, à savoir une production agricole sans ajout d'intrants non naturels (tels que les engrais chimiques ou les pesticides),

la perception des produits biologiques change radicalement d'un pays à l'autre. En effet, les Français consomment "bio" car ils pensent que ces produits sont meilleurs pour la santé par rapport à leurs équivalents issus de l'agriculture traditionnelle. Par contre, les Allemands préfèrent acheter des articles certifiés biologiques parce que leur culture est plus respectueuse de l'environnement.

Ainsi, c'est dans un souci écologique que le gouvernement allemand soutient activement une politique agricole qui a pour objectif de développer des vins "bio".

Par ailleurs, les Allemands se défont peu à peu d'un a priori qui gênait plus ou moins le développement des ventes de produits biologiques, selon lequel ces produits auraient moins de goût que les autres.

Le label "bio", signe distinctif qui symbolise le respect de l'environnement et une parfaite traçabilité de l'achat est ainsi un excellent argument de vente. Les vins biologiques ont donc vraisemblablement un bel avenir devant eux.

Source : http://www.lexpress.fr/styles/saveurs/vin/la-folie-des-vins-bio_485892.html

9.4-Le problème des vignes génétiquement modifiées

En 1999, [l'Institut du vin allemand](#) a planté, pour la première fois en Allemagne, 130 vignes génétiquement modifiées, dans le sud-ouest du pays, près de Siebeldingen. Elles ont été modifiées à l'aide de gènes de l'orge, pour tenter de protéger le raisin contre des affections fongiques. Il faudra plusieurs décennies avant que ce raisin ne serve à produire du vin, mais la sécurité de cette culture a déjà suscité une grande controverse.

De nombreux Allemands refusent actuellement d'acheter des aliments et des boissons fabriqués à partir d'ingrédients génétiquement modifiés.

***Loi européenne**

L'Union européenne n'a pas adopté de texte général qui soit spécialement consacré à la publicité en faveur des boissons alcoolisées. Le droit communautaire aborde la question de manière fragmentaire à travers deux textes : une directive de 1989 relative à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle définit des règles en matière de publicité à la télévision en faveur des boissons alcoolisées ; une recommandation de 2001 concernant la consommation d'alcool chez les jeunes traite de la promotion, de la commercialisation et de la vente au détail des produits alcoolisés.

La directive de 1989 interdit toute publicité télévisée pour le tabac, mais se borne à encadrer la publicité télévisée en faveur des boissons alcoolisées. Son article 15 prévoit notamment que :

***La publicité télévisée pour les boissons alcooliques doit respecter les critères suivants :**

a) elle ne peut pas être spécifiquement adressée aux mineurs et, en particulier, présenter des mineurs consommant ces boissons ;

b) elle ne doit pas associer la consommation d'alcool à une amélioration des performances physiques ou à la conduite automobile ;

c) elle ne doit pas susciter l'impression que la consommation d'alcool favorise la réussite sociale ou sexuelle ;

d) elle ne doit pas suggérer que les boissons alcooliques sont dotées de propriétés thérapeutiques ou ont un effet stimulant, sédatif ou anti conflictuel ;

e) elle ne doit pas encourager la consommation immodérée de boissons alcooliques ou donner une image négative de l'abstinence ou de la sobriété ;

f) elle ne doit pas souligner comme qualité positive des boissons leur forte teneur en alcool.

**RESTRICTIONS RELATIVES À LA PUBLICITÉ DE L'ALCOOL À LA
TÉLÉVISION ET À LA RADIO DANS 40 PAYS**

(nombre de pays concernés)

Type de restrictions	Spiritueux		Vins de table		Bière	
	TV	Radio	TV	Radio	TV	Radio
Interdiction formelle	15	13	12	11	9	8
Restriction légale	14	14	16	15	14	12
Codes de bonne conduite	8	7	8	7	9	9
Aucune restriction	3	6	4	7	8	11

Source : <http://www.assemblee-nationale.fr/europe/comparaisons/alcool.asp#allemagne>

**ENCADREMENT DE LA PUBLICITÉ DE L'ALCOOL
RÉGION EUROPE, OMS - 1998-1999**

**ENCADREMENT DE LA PUBLICITÉ DE L'ALCOOL
RÉGION EUROPE, OMS - 1998-1999**

	Spiritueux				Vins de table				Bière			
	TV	Radio	Presse	Affichage	TV	Radio	Presse	Affichage	TV	Radio	Presse	Affichage
France	I	R	R	R	I	R	R	R	I	R	R	R
Allemagne	CV	CV	CV	CV	CV	CV	CV	CV	CV	CV	CV	CV

Source : <http://www.assemblee-nationale.fr/europe/comparaisons/alcool.asp#allemagne>

Conseils aux exportateurs

***Comment suivre l'évolution de la consommation de vins en Allemagne**

Afin de se tenir au courant des nouvelles tendances consommation, les producteurs de vins français ont tout intérêt à consulter régulièrement le site Internet de [l'Institut du Vin allemand](#), où ils peuvent obtenir des informations récentes grâce aux liens directs en page d'accueil ou effectuer une recherche à partir de la rubrique 'News & Aktuelles'.

Le site de l'institut de sondage '[Gesellschaft für Konsumforschung](#)' permet également d'avoir accès à des articles de presse en tapant le mot 'Wein' dans la case 'Search'.

La rubrique 'Weinreporter' du site <http://www.best-of-wine.com/>, portail d'information sur le monde vinicole international, contient aussi des données et statistiques récentes sur la consommation de vins en Allemagne.

Par ailleurs, les producteurs de vins français peuvent obtenir des informations plus complètes en s'abonnant via Internet aux magazines [Weinwirtschaft](#) et [Wein und Markt](#).

***La consommation :**

En 2007, la consommation de vins en Allemagne croit, et ce, sur toutes les couleurs : Le vin rouge reste la couleur préférée des allemands et représente 53% des volumes consommés en distribution (en progression de 4,6% par rapport à 2006). Les vins rouges souples et riches (faciles à boire), du type méditerranéen ou Bordelais sont les plus convoités. Phénomène nouveau les vins rouges légers (type allemand) sont de plus en plus prisés (Dornfelder +20% et Pinot noir + 9% en volume en distribution). Les vins blancs (39% des volumes consommés) « boudés » un certain temps reviennent à la mode grâce à la qualité reconnue des vins allemands (notamment le Riesling et le Müller Thurgau). Résultats : une progression de +1,3% en volume et de 5% en valeur sur 2007.

La tendance sur cette couleur est aux vins blancs bien frais « type allemand ». Grande nouveauté: les vins rosés (8% des volumes consommés et en progression de 15.3% sur 1 an malgré un été maussade) se consomment toute l'année et deviennent à la mode auprès des jeunes.

Les rosés d'entrée de gamme sont recherchés sur le fruit avec des couleurs plutôt soutenues (type claret) ; les rosés en milieu et haut de gamme sont moins sujets à cet impératif mais doivent cependant maintenir un potentiel aromatique. Les bulles continuent d'avoir « le vent en poupe » qu'il s'agisse du champagne ou des mousseux. Le champagne s'achète de plus en plus cher (+9% en valeur – douanes françaises) du fait de l'effet de rareté du produit (- 2.9% en volume). Les mousseux (français) poursuivent leur croissance (+9.3% volume et +7% en valeur), grâce à l'alternative qu'ils proposent en terme de prix par rapport au champagne mais leur prix ne peut facilement se décrocher de ceux du Sekt (production allemande de vins effervescents)

A noter enfin : le phénomène Bio ! Avec une hausse de 18% sur l'ensemble, des produits alimentaires (en volume), le vin n'est pas en

reste et fait l'objet de toutes les convoitises. On peut constater que la demande est soutenue sur le vrac pour fournir la GD et le discount. En terme de type de vins, les tendances en bio suivent celles du circuit conventionnel.

Des exploitations françaises auxquelles il manque une image commune

Lors de mes recherches en ligne sur des sites allemands, j'ai constaté à plusieurs reprises que les producteurs français ne mènent que des actions isolées ou ponctuelles en Allemagne.

Peu de sites affichent en effet le caractère qualitatif de plusieurs vignobles en langue allemande, et quand cela est fait, la liste des vins, des années et des prix ne sont pas réactualisée.

Comment peut-on alors penser pouvoir séduire tous les consommateurs allemands ?

Il serait sûrement bénéfique aux producteurs d'une même région ou appellation de présenter aux consommateurs allemands une image commune et d'actualiser les vins et de leurs origines - et ceci dans la langue allemande.

Que penses les allemands du vin français?

« Les vins français ? Surfaits et plutôt chers »

http://www.agoravox.fr/article.php3?id_article=34558

La majorité des vins qui sont exporter en Allemagne sont vins innommables, par l'intermédiaire d'importateurs institutionnels ou exportateurs de « vinasse », chiais. Il s'agit ici de l'offre courante disponible dans les différents points de vente à la portée du consommateur moyen (essentiellement supermarchés, les « hyper » étant beaucoup plus rares qu'en France) et non des établissements de luxe où les sommeliers allemands font très bien leur travail et proposent les fleurons de la production viticole française à des tarifs en conséquence...

***Leurs attentes**

Selon un sommelier Allemand « les Allemands aiment à retrouver chez eux le vin de leurs vacances passées, qu'ils évoquent avec nostalgie... il ne doit être ni trop vert ni trop fort en alcool et surtout pas tué à coups de lattes comme l'ont voulu certaines pratiques... »

Il faudra donc tenir compte de ces critères :

- mentionner le cépage, sans pour autant le séparer de son terroir, gage d'authenticité ;
 - se rapprocher au plus près du goût type recherché en Allemagne : vin souple, fruité ou aromatique, pas trop fort en alcool.
- Il faut aussi s'occuper de la contre-étiquette : impérativement en allemand, elle devra mentionner cépage(s), temps de garde, température de service et mets conseillés.

***Choisir son intermédiaire pour la distribution en Allemagne**

Une implantation durable sur le marché allemand passe généralement par la bonne maîtrise d'un réseau de plusieurs dizaines de petits clients.

La mise en place d'un tel réseau repose essentiellement sur :

- un circuit très fragmenté comportant un nombre très important de petites et moyennes entreprises.
- un grand nombre d'entreprises indépendantes s'approvisionnant en direct auprès d'exportateurs étrangers.
- une faible concentration des importateurs traditionnels de taille importante qui approvisionnent l'ensemble des circuits traditionnels.
- des cavistes/grossistes possédant dans l'ensemble un bon niveau de connaissances vitivinicoles et des régions de production françaises.
- un petit nombre d'agents se spécialisant dans l'approvisionnement direct de cavistes et grossistes et pouvant constituer un relais indispensable pour de nombreux exportateurs français.

Les exportateurs doivent se rappeler qu'il peut être nécessaire de recourir à plus d'un distributeur ou agent pour la distribution à l'échelle nationale.

Lorsqu'il envisage de retenir les services d'un distributeur ou grossiste, l'exportateur doit examiner la relation qui existe entre l'agent ou distributeur et les autorités et banques locales et les acheteurs locaux, l'état de ses installations, mais aussi sa volonté et sa capacité à tenir des stocks. Il est conseillé aux producteurs français d'examiner les dispositions de la loi allemande et/ou européenne, avec un avocat qualifié, avant de conclure une entente avec un partenaire éventuel.

Lorsqu'il choisit un agent, un exportateur doit tenir compte d'un certain nombre de facteurs, par exemple :

- région(s) couverte(s) par l'agent;
- réputation; connaissance des produits;
- expérience dans la manutention de produits importés;
- commission à payer à l'agent;
- service après-vente fourni, le cas échéant;
- antécédents de l'agent;
- nombre et qualité des employés de l'agent.

Ces facteurs peuvent être évalués au cours d'une visite en Allemagne. Les producteurs doivent aussi veiller à bien définir les responsabilités de chacune des parties avant d'établir une relation à long terme.

http://www.wineinmoderation.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=35&lang=fr&3c7536d97a3940cea5852532264937b7=a043a2444d8dbdb8410b97d9a5009556

SOURCES

<http://www.destatis.de>

<http://weinguide.de/regionen/index.html>

<http://wein-regionen.de/Deutschland/deutschland.html>

<http://www.abrege.com/lpv/alle.htm>

<http://winepage.de/>

<http://www.wein-plus.de/>

<http://www.deutscheweine.de/Frame.asp?Sprache=D>

Sources

<http://www.deutscheweine.de>

<http://www.deutscheweine.de/PDFs/statist0203.pdf>

<http://www.abrege.com/lpv/alle.htm>

<http://www.germanwine.de>