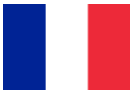




## Fiche marché

**France :**

### Chablis confirme ses parts de marché en 2021



#### Chiffres clé 2020 des vins de Chablis en France

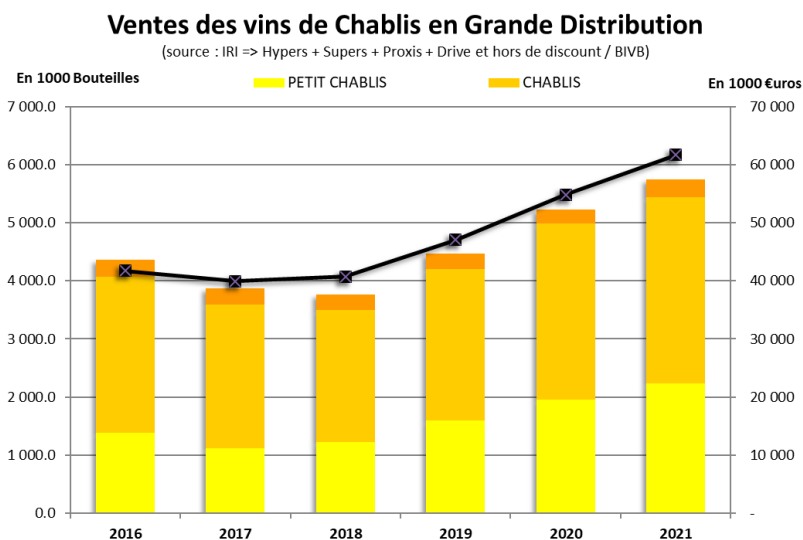
**Marché intérieur : 12,5 millions de bouteilles (estimation 2020)**

dont en bouteilles ▶ Grande distribution (HM+SM, Discounts, HD) : 6,3 millions  
▶ Circuits traditionnels (Rest., Cavistes, V. Direct, autres) : 6,2 millions

Comme de nombreux pays, la France connaît une belle reprise de la consommation et un retour de l'investissement des entreprises, ce qui lui a permis de finir l'année 2021 avec une croissance économique de 7%, compensant en partie la chute de 8% de 2020.

Les vins de Bourgogne profitent amplement de cette reprise, même si les ventes de 2020 ont été globalement soutenues. Dès la réouverture des restaurants, de nombreuses entreprises de la filière ont constaté un retour des commandes et un intérêt des restaurateurs pour proposer à leurs clients des vins au cours du repas. Chez les cavistes, la demande de vins de Bourgogne n'a pas cessé, et s'est confirmée en 2021.

### Chablis consolide sa progression en grande distribution



En 2021, les vins blancs de Bourgogne représentent 19% du volume des AOC de vins blancs tranquilles français en Grande Distribution pour 26% de leur chiffre d'affaires. Dans ce circuit de distribution, les vins de Chablis constituent près du quart du volume de ces vins blancs bourguignons et 31% leur chiffre d'affaires.

Les ventes de Chablis confirment leur retour à la croissance avec une hausse 10% (/2020). Le chiffre d'affaires progresse également de 6,9 millions d'euros (+ 12,6% /2020).

La plus grande progression est observée pour l'AOC Petit Chablis, avec une hausse

de 14% en volume et de 17% en chiffre d'affaires (2021/2020). Elle représente désormais 39% du volume des 4 AOC de Chablis vendu via ce circuit de distribution. L'appellation Chablis croît de 5,8% en volume et de 8% en valeur. Elle représente 55% des volumes en GD. L'AOC Chablis 1<sup>er</sup> Cru progresse également en volume comme en valeur.

## Chablis, la référence bourguignonne la plus présente en restauration

Une enquête menée au premier semestre 2019 auprès de 1 200 restaurants français moyens à haut de gamme, montre que la Bourgogne est la première origine en part d'offres de vins tranquilles dans ce secteur. Elle représente 19% des références (devant Bordeaux et Rhône), malgré un prix médian plutôt élevé. Elle est présente sur les tables de plus de 70% des restaurants avec, en moyenne, 9 références par établissement.

Sur le marché des vins blancs, la Bourgogne est de loin le premier vignoble en termes de références, avec 28% de l'offre nationale sur la couleur. Elle doit essentiellement faire face aux vins de Loire, ainsi qu'à la concurrence locale dans les régions viticoles.

Elle est aussi le vignoble le plus diffusé sur la couleur (64% des restaurants en proposent), devant la Loire (60%) et les IGP Français (61%).

Elle domine l'offre de vins blancs en bouteille dès 30€ et de façon croissante. Mais en dehors de Chablis, aucune autre AOC de Bourgogne ne dépasse 15% de diffusion dans les restaurants.

En vin blanc, les IGP français, la Bourgogne et la Loire dominent l'offre au verre. La Bourgogne est le vignoble le plus diffusé au verre sur la couleur, présent dans 2 restaurants sur 5, avec un prix médian de 6€. Mais, en dehors de Chablis, aucune AOC ne dépasse 10% de taux de diffusion.

## 38 millions de consommateurs de vin tranquille en 2021

La France est un marché d'environ 38 millions de consommateurs réguliers de vin (au moins une fois par mois), soit 3/4 de la population d'adultes, dont 23 millions consommeraient du vin chaque semaine.

Selon le cabinet d'études Wine Intelligence, la part de consommateurs réguliers serait stable entre 2017 et 2021, alors que celle des français ayant une consommation hebdomadaire baisserait de 14,8%. De plus, la consommation de vin tendrait à devenir plus occasionnelle, que ce soit durant ou hors d'un repas. Enfin, cette population de consommateurs serait vieillissante.

En France, le vin est perçu comme un produit traditionnel, surtout par les plus de 55 ans, les 40 - 54 ans insistant plus le goût. Pour les 25-39 ans il est plutôt porteur de convivialité, et ils l'associent plus à des vertus relaxantes ou rafraichissantes que leurs aînés.

Pour les 1 500 consommateurs réguliers interrogés, la première boisson alcoolisée consommée serait le vin rouge, puis le vin blanc et, en troisième position, le vin rosé. Entre 2017 et 2021, ce podium ne change pas, toutefois le vin rouge perd des consommateurs alors que les vins ou bières sans alcool en gagnent.

Les hyper et supermarchés restent les circuits d'achat de vins privilégiés en France. Cependant, 30% des personnes interrogées se fournissent aussi chez le producteur. En un an (2021/2020), les achats chez les cavistes et les producteurs repartent à la hausse. On note aussi de belles progressions en supermarchés bio. Les vins de Bourgogne font partie des vins les plus connus et sont de plus en plus achetés en 2021. 21% des consommateurs interrogés disent en avaient achetés au cours des six derniers mois (+4 points/2020). Ces mêmes consommateurs attribuent au Crémant de Bourgogne un savoir-faire traditionnel plus important que la moyenne des autres vins effervescents. Sa qualité et son côté luxueux, tout en restant abordable, sont autant d'atouts cités pour définir le Crémant de Bourgogne.

*Note économique rédigée par le Pôle Marchés et Développement - BIVB – Mars2022  
(Sources : BIVB - IRI - OIV - Symetris - XJ analyses Décisions – Wine Intelligence)*

**Contact presse :** Françoise Roure – Responsable Marketing/Communication BIVB-Chablis  
Tél. : + 33(0)3 86 42 42 22 – Fax : + 33(0) 3 86 42 80 16 – francoise.roure@bivb.com