Le marché belge du vin vu par deux importateurs

BELGIQUE

Nos voisins belges consomment autour de 3 Mhl de vin par an, soit 400 M de cols, avec une moyenne de 28 litres par habitant. La consommation y est stable et se répartit entre 40% de vins français, 18% d'italiens, 11% d'espagnols et 6% d'allemands. Interview croisée de deux marchands belges, un leader du marché, De Coninck Wine Merchant, et le petit poucet Divine Wine.

Quels sont les types de vins à la mode ?

De Coninck : Créée en 1886, notre société familiale possède un stock de plus de 500 000 bouteilles et un chai de 10 000 m^2. Dans nos 7 points de vente ainsi que sur le site de vente en ligne, nous fournissons grossistes-cavistes, clients privés-sociétés et CHR à parts égales. En termes de volume, nous constatons une demande croissante pour les blancs, toutes origines confondues. Le rosé vient de connaître deux années difficiles et est fort dépendant de l'ensoleillement. Pour les rouges, les vins plus légers et fruités sont en augmentation, même si, historiquement, les Belges sont plutôt des buveurs de bordeaux. Les bourgognes ont longtemps souffert de leur rareté, de leur cherté et de la complexité de leurs appellations comparativement aux bordeaux, mais ils gagnent en popularité chez les amateurs et connaisseurs. Les vins « nature » conservent la majorité de leur clientèle, malgré une qualité pas toujours stable. Globalement, on constate un engouement pour une viticulture allégée en intrants et pour la biodynamie. Les vins sans alcool entrent timidement dans notre offre et ne représentent que 1% de nos ventes, et en blanc exclusivement.

Divine Wine : Notre équipe vend 50 000 à 60 000 bouteilles par an, dont 80% aux restaurants étoilés qui apprécient notre sélection de petits producteurs. Les clients ne viennent pas chez nous spécifiquement pour des vins « nature » et bio, mais cette tendance se développe indéniablement avec de nombreux bars à vins dont c'est la spécialité. Le sans-alcool reste marginal, quasi inexistant en rouge mais le blanc et les effervescents évoluent bien. Nous travaillons surtout la Bourgogne et Bordeaux mais la demande croît pour les vins de la vallée du Rhône, de Provence et du Languedoc. Nos clients s'aventurent et cherchent des découvertes, d'autant que les prix sont fort intéressants.

Quelles sont les origines de vins qui progressent ?

De Coninck : L'Italie et l'Espagne sont en hausse, avec le Portugal dans une moindre mesure. Nous avons juste 3 références de l'hémisphère Sud. Chez nous, ce sont les vins français que l'on vient acheter. Ils représentent 80% de nos ventes. Les bordeaux, même en régression, restent nos meilleures ventes. Les champagnes, les vins du pays d'Oc et de la vallée du Rhône progressent aussi.

Divine Wine : Chez nous aussi, les vins du Chili et d'Argentine ont perdu de leur attractivité par rapport à certains vins européens au même prix et de qualité stable, voire supérieure. Avec les restrictions qui vont s'opérer aux États-Unis, nous serons ravis de disposer de davantage de vins français, car leurs quantités sont souvent limitées.

Comment évoluent les canaux de distributions ?

De Coninck : La vente en ligne est en nette augmentation L'augmentation de l'œnotourisme, spécialement dans le Bordelais, engendre aussi davantage d'achats sur place. Le nombre de foires aux vins – à peu près 50 en Belgique – a aussi un impact. On sent que les consommateurs cherchent à connaître davantage le vin et les viticulteurs. C'est pourquoi nous croyons que les vins français garderont leurs prérogatives en Belgique.

Divine Wine : Nous constatons un changement dans la grande distribution, particulièrement dans le groupe Delhaize qui souhaite exploiter tous ses magasins en franchise. Le segment vins a toujours été un atout de l'offre de ce distributeur. Il s'est positionné encore plus haut en gamme depuis son rapprochement avec le Néerlandais Ahold. De nombreux franchisés prennent grand soin d'ajuster leur offre vin à leur public et à la localisation du point de vente, car on ne vend pas les mêmes vins en Flandres, autour de Charleroi ou dans les cantons germanophones. Les rayons vins de ces Delhaize sont devenus de vrais comptoirs, raffinés et exclusifs. ■

Propos recueillis par Dominique Huret