vinetur

La Chine lève les droits de douane sur le vin australien, l'Europe pourrait-elle être la prochaine victime ?

L'Australie porte un toast à la réouverture de la porte de la Chine, tandis que l'Europe observe la situation avec anxiété

jeudi 23 mai 2024



Ces derniers mois, l'industrie vinicole européenne a été prise d'inquiétude quant à d' éventuelles représailles commerciales de la part de la Chine. L'éventualité de droits de douane punitifs se profile à l'horizon, menaçant de perturber les flux de vins européens vers ce marché lucratif. Cette situation n'est pas sans rappeler les graves conséquences pour l'industrie viticole australienne de l'imposition par la Chine de droits de douane élevés sur ses exportations en 2020.

Le 29 mars a apporté une vague de soulagement aux producteurs de vin australiens lorsque le ministère chinois du commerce a annoncé la suppression de ces droits de douane punitifs. Cette décision fait suite à trois années d'intenses négociations et marque le début d'un nouveau chapitre pour les vins australiens en Chine - un voyage visant à reconstruire leur réputation et leur présence sur le marché.

Avant l'entrée en vigueur des droits de douane, la Chine était le marché d'exportation de vin le plus important pour l'Australie. Au cours des douze mois précédant octobre 2020, les exportations vers la Chine ont été évaluées à 1,3 milliard de dollars australiens, pour un volume de 121 millions de litres. Les droits de douane, qui ont grimpé jusqu'à 218,4 %, ont dévasté cette relation commerciale. En 2023, les exportations ont chuté à seulement 10,1 millions de dollars australiens, avec des volumes réduits à 1,4 million de litres. Le nombre d'exportateurs a également chuté de façon spectaculaire, passant de 2 198 à seulement 117.

Martin Cole, PDG de Wine Australia, a fait preuve d'un optimisme prudent, soulignant l'importance des relations avec les importateurs, les acheteurs et les consommateurs en Chine pour la communauté viticole australienne. Toutefois, les producteurs qui reviennent sur le marché chinois seront confrontés à un paysage très différent. La distribution et la confiance des consommateurs doivent être rétablies, surtout si l'on considère les changements importants intervenus dans les habitudes de consommation au cours des dernières années.

Le retour sur le marché chinois implique un triple effort : les marques doivent choisir de revenir, les distributeurs doivent retrouver la confiance dans les vins australiens et les consommateurs doivent être réintroduits dans ces produits. Pendant l'absence de l'Australie, d'autres régions viticoles ont fait des percées significatives. La France

domine désormais avec une part de marché de 49 %, suivie par le Chili (17 %). Cependant, le marché chinois du vin s'est contracté, passant de 688 millions de litres en 2018 à seulement 248 millions en 2023.

Face à cette nouvelle réalité, certains producteurs australiens ont diversifié leurs efforts, se concentrant sur l'expansion sur d'autres marchés et sur l'augmentation de la demande intérieure. Cependant, la volonté d'adopter le vin australien en Chine demeure, notamment en raison du facteur de nouveauté. Les distributeurs se montrent optimistes quant au potentiel de reprise des affaires, malgré une concurrence intense.

Les vins australiens présentent certains avantages. Dans le cadre de l'accord de libre-échange entre la Chine et l'Australie, les droits d'importation seront de 0 %, contre 14 % pour les autres fournisseurs étrangers. Des acteurs majeurs comme Penfolds ont déjà pris des mesures pour revenir sur le marché chinois. Treasury Wine Estates, la société mère de Penfolds, a annoncé en février son intention de réorienter les expéditions vers la Chine et d'étendre la distribution de ses vins haut de gamme et de luxe.

Tim Ford, PDG de TWE, s'est montré enthousiaste à l'idée de réintroduire ses vins en Chine, tout en reconnaissant qu'il faudra du temps pour reconstituer durablement l'offre et la demande. La société vise à maintenir la croissance sur d'autres marchés mondiaux où Penfolds a renforcé sa présence au cours des dernières années.

Le retour sur le marché chinois représente un défi complexe mais pas insurmontable pour les producteurs de vin australiens. Bien qu'elle reste en retrait par rapport à la réputation des vins français, la marque "Australie" conserve une influence considérable en Chine. Malgré une visibilité réduite depuis plus de trois ans, les vins australiens ont encore un potentiel important pour reconquérir leur place sur le marché chinois.

L'industrie vinicole européenne, qui surveille de près la situation, espère éviter de subir le même sort. Les tensions commerciales actuelles nous rappellent la fragilité des marchés mondiaux et l'importance de maintenir des relations commerciales solides et résistantes. Pour les vins australiens, le chemin à parcourir peut être difficile, mais la combinaison de conditions commerciales favorables et d'une stratégie de marché solide pourrait ouvrir la voie à un retour réussi.