



## Situation économique

# Après deux belles récoltes, les vins de Bourgogne en place pour reconquérir des parts de marché

Mars 2016



Après trois petites récoltes, 2010, 2012 et 2013, qui ont freiné son dynamisme sur certains marchés sans remettre en cause la bonne valorisation de ses vins, la Bourgogne regarde vers l'avenir avec confiance.

Elle est portée par la qualité de sa production et par les millésimes 2014 et 2015, qui renouent avec des volumes (> 1,5 million d'hl) mieux à même de répondre à l'évolution de la demande. Elle se positionne aujourd'hui pour reconquérir des parts de marchés, dans un contexte économique international qui reste néanmoins tendu.

**Les Bourguignons sont d'un naturel prudent. Ils savent autant garder la tête froide dans les circonstances favorables, que faire front face aux aléas. Cet état d'esprit constitue un atout précieux pour avancer sur le chemin de la croissance. Les initiatives, qui se multiplient dans le vignoble pour développer l'œnotourisme, constituent un autre élément porteur d'avenir. L'inscription des Climats du vignoble de Bourgogne au Patrimoine Mondial de l'Humanité en 2015 est venue confirmer l'élan d'intérêt pour les vins de Bourgogne. Elle devrait engendrer une plus forte fréquentation de la région et favoriser, comme les futures Cités des Vins de Bourgogne, la poursuite du développement économique du vignoble.**

Après l'excellent millésime 2014, le marché régional est en phase d'équilibre entre les volumes disponibles et la demande des marchés.

Sur les marchés extérieurs, la Bourgogne enregistre un nouveau record de chiffre d'affaires en 2015, à près de 777 millions d'euros (+ 5,5 % par rapport à 2014), confirmant la bonne valorisation de ses vins. En revanche, les volumes exportés, pénalisés par les petits volumes des années antérieures, se tassent légèrement (- 1,9 % - source : Douane).

En France, les ventes 2015 en Grande Distribution reculent de 1,1 %, pénalisées également par le manque de volumes. Elles augmentent très légèrement en valeur (+ 2,2 %).

Les vins de Bourgogne demeurent des valeurs sûres dans les circuits traditionnels. Ils sont présents dans 64 % des restaurants français (source : CHD Expert), plébiscités et positionnés dans le haut de gamme chez les cavistes, où le manque de disponible impacte moins leurs résultats que sur les marchés de volume.

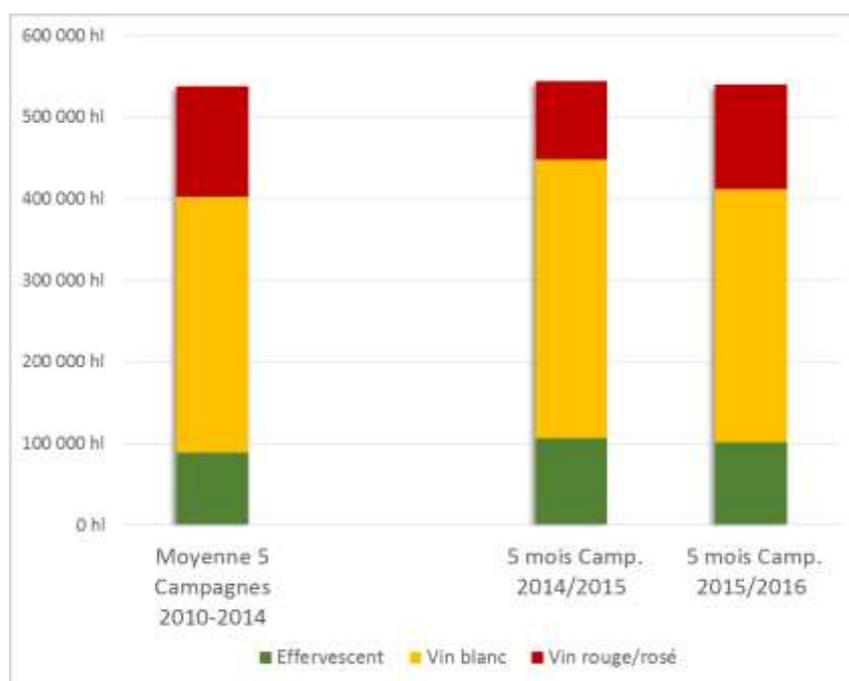
## Marché régional : en phase d'équilibre

Les transactions 2015/2016 (5 premiers mois de campagne août à décembre), tous millésimes, se stabilisent par rapport à la même période sur 2014/2015, qui s'est caractérisée par le besoin inextinguible de vin, après plusieurs années de petites récoltes en volumes. Les stocks étant alors au plus bas, il fallait les reconstituer. Volumes et qualité du millésime 2014 ont permis de le faire.

La campagne en cours retrouve donc un niveau d'échange dans la moyenne, l'équilibre entre vins disponibles et besoins des marchés étant optimum.

Le premier semestre 2016 devrait être marqué par une évolution des transactions, portée par la qualité des millésimes 2014 et 2015.

### Transactions tous millésimes vins de Bourgogne 2 dernières campagnes et moyenne 5 ans (Source : BIVB)



## Récolte 2015 : les volumes de retour à la normale

Avec une récolte de 1,514 million d'hectolitres sur le millésime 2015 (équivalent à près de 202 millions de bouteilles 0,75 cl), les vins de Bourgogne affichent un niveau normal, comparable à la moyenne quinquennale, avant les récoltes déficitaires de 2010, 2012 et 2013.

Après les beaux volumes de 2014 (1,577 million d'hl), c'est une bonne nouvelle pour repartir à la conquête des marchés.

#### La récolte 2015 se décompose ainsi :

- ▶ 389 000 hl de vins rouges (- 16 % / 2014)
- ▶ près de 975 000 hl de vins blancs (+ 3 % / 2014)
- ▶ 150 000 hl de Crémant de Bourgogne (- 12% / 2014)

## Export : un chiffre d'affaires record

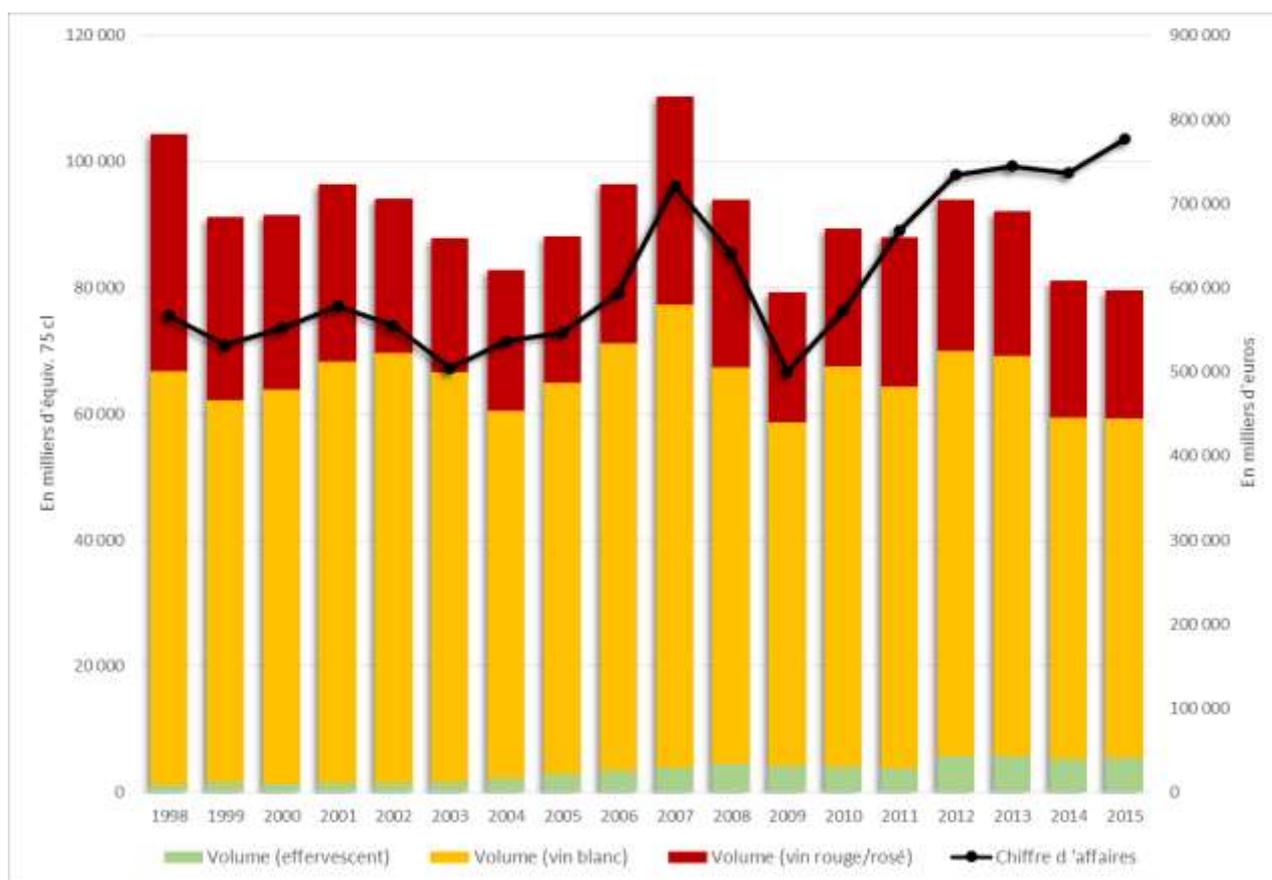
La Bourgogne réalise 50 % de ses ventes à l'exportation, dans 178 pays.

Toujours freinée par ses petites récoltes de 2012 et 2013 (respectivement 1,27 million hl et 1,3 million hl, alors que la moyenne des cinq dernières années s'établit à 1,42 millions d'hl et qu'une récolte « normale » est estimée à 1,5 million hl), elle tend à stabiliser ses volumes exportés (- 1,9 % ; 79,54 millions de bouteilles), après la forte baisse de 2014 (- 12,8 % par rapport à 2013 - *source : Douanes*).

La qualité de ses vins, bien valorisés sur les marchés extérieurs, lui permet d'établir un nouveau record de chiffre d'affaires en 2015, à près de 777 millions d'euros (+ 5,5 %).

### Historique des exportations de vins de Bourgogne 1998 - 2015

(Source : Douanes - BIVB)



Cette progression en valeur s'explique par l'orientation des ventes vers des marchés plus porteurs pour les appellations Premium et Super Premium. Depuis 2009, la Bourgogne a en effet cédé du terrain sur certains marchés en recherche de volumes et difficiles en termes de valorisation (Allemagne, Suède, Belgique, Grande-Bretagne notamment). Ses petits volumes de vins rouges l'ont parallèlement conduite à réorienter ses efforts vers les marchés de blancs.

## L'export : actuellement porté par les vins blancs

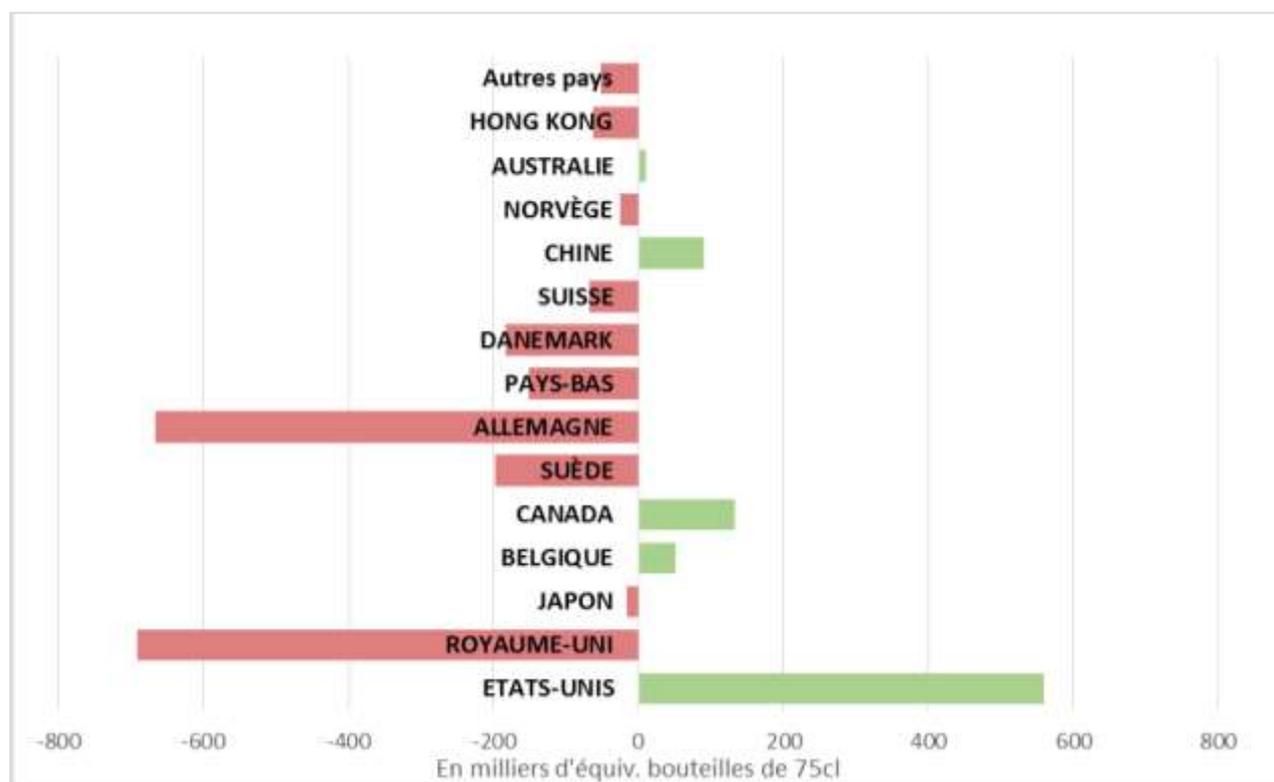
Avec une quasi stabilité des volumes exportés en 2015 (- 0,6 %), les performances de la Bourgogne sur les marchés extérieurs restent portées par ses vins blancs.

**Ceux-ci représentent 68 % des volumes exportés** (52 % en valeur). 40 % des vins blancs commercialisés à l'export sont des appellations du Chablisien (37 % du chiffre d'affaires). La progression des vins blancs de Bourgogne est particulièrement remarquable, cette année, aux USA, au Canada et en Grande-Bretagne.

Le marché américain est tiré par les AOC Chablis et Petit Chablis, les AOC Village du Mâconnais et les AOC Régionales en blanc (Bourgogne et Mâcon). Les AOC Chablis et Petit Chablis dynamisent seules les marchés en Grande-Bretagne, Suède et Danemark.

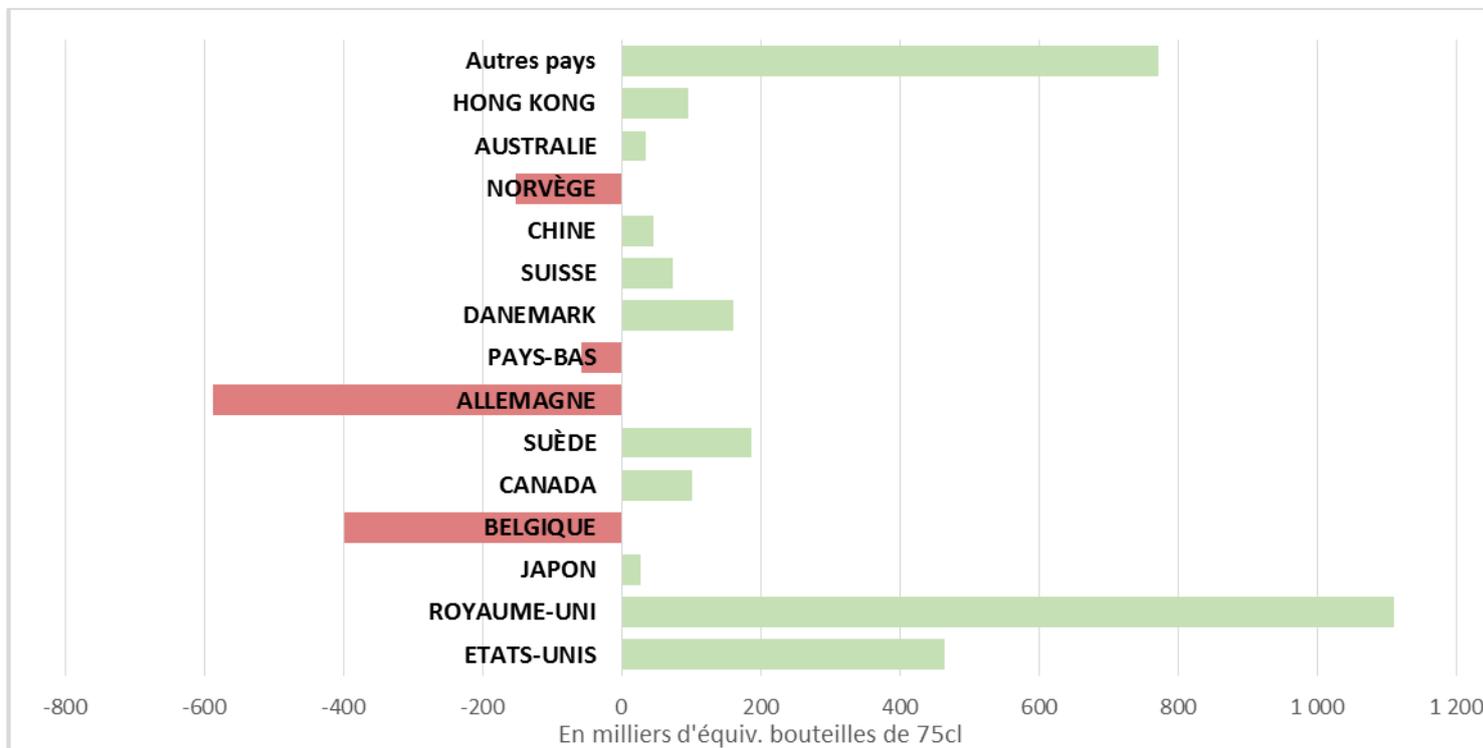
### Evolution en volume des AOC Régionales en blanc à l'export 2015 / 2014

(Source : Douanes - BIVB)



## Evolution en volume des AOC Village, Premier Cru et Grand Cru en blanc à l'export 2015 / 2014

(Source : Douanes - BIVB)



### Le recul de la production pénalise les vins rouges

Le manque de disponible impacte les vins rouges de Bourgogne sur les marchés extérieurs. Le recul des exportations en volume (- 6,6 %) est toutefois compensé par le transfert vers des marchés plus valorisants.

En effet, **si les vins rouges ne totalisent que 25 % des bouteilles exportées, ils représentent 44 % du chiffre d'affaires de la Bourgogne à l'export.** Cette bonne performance est notamment à mettre au crédit des appellations Villages et Premiers Crus des Côtes de Beaune et de Nuits, très recherchées par les marchés en croissance (USA, Hong-Kong...). Ainsi, plus d'une bouteille de vin rouge exportée sur cinq part aux Etats-Unis (21,6 % des exportations de vins de Bourgogne rouges).

### Le Crémant de Bourgogne très dynamique

Dans un marché mondial particulièrement concurrentiel, mais qui reste porteur pour les vins effervescents, le Crémant de Bourgogne tire son épingle du jeu. Bien qu'en léger retrait par rapport à 2013, record pour les bulles bourguignonnes, les volumes exportés progressent de 4 % en 2015 (par rapport à 2014), dépassant les 5 millions de bouteilles.

Les USA et la Suède sont les deux premiers marchés pour le Crémant de Bourgogne, qui évolue aussi au Canada. Avec 7 % des volumes et 3,7 % du chiffre d'affaires de la Bourgogne, le Crémant de Bourgogne s'impose au fil des ans comme un vecteur de développement prometteur pour les exportations du vignoble.

La progression de l'appellation n'a été freinée, ces dernières années, que par le manque de volumes disponibles face à un marché des effervescents en croissance.

## Etats-Unis, Canada, Grande-Bretagne et Hong Kong : le quarté gagnant à l'export

**Historiquement très présente à l'international, la Bourgogne vend ses vins dans 178 pays. Les volumes exportés sont équitablement répartis entre les pays de l'Union Européenne (49 %) et le reste du monde (51 %).**

L'année 2015 a été marquée par la forte croissance des ventes aux USA : les volumes ont bondi de 9 %, tandis que le chiffre d'affaires s'affichait en hausse de 15 %. Les Etats-Unis sont désormais la première destination pour les vins de Bourgogne en volume (20 % du total des exportations), comme en valeur (23,3 %). Le Royaume-Uni occupe la deuxième place (19 % des volumes et 15,5 % en valeur), devant le Japon (10 % des volumes et 12,8 % du chiffre d'affaires).

Ces trois premiers marchés totalisent quasiment la moitié des bouteilles exportées (49 %), pour 51 % du chiffre d'affaires bourguignon à l'export.

**Etats-Unis, 1<sup>er</sup> marché export des vins de Bourgogne** (23 % du chiffre d'affaires, pour 20 % des volumes).



Le marché est tiré par les appellations Régionales Bourgogne et Mâcon blanc. Les autres segments (AOC Village, Premier Cru et Grand Cru en blanc) se révèlent aussi en croissance (+ 12 %), alors que les vins rouges sont stables à + 0,9 %.

Le Crémant de Bourgogne affiche une très belle progression de 21 %. De nombreux Etats ont un intérêt grandissant pour des appellations moins connues du vignoble bourguignon, qui affichent un excellent rapport qualité/prix.

**Grande-Bretagne, 2<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (15 %, pour 20 % des volumes).



Le marché retrouve des couleurs, tiré par la forte croissance des Chablis et Petit Chablis, notamment dans la Grande Distribution. Les réseaux traditionnels (cavistes, restauration, vente en ligne) sont demandeurs de Premiers Crus et de Grands Crus. Ce sont les circuits les plus naturels pour les vins de Bourgogne, puisqu'ils sont en recherche de qualité et de diversité.

**Canada, 4<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (5 %, pour 7 % des volumes).



Portée par la qualité de ses vins, la Bourgogne progresse sur tous les segments, plus particulièrement en blanc, des appellations Régionales aux Grands Crus. Seul bémol, les AOC Grands Crus en rouge sont moins présentes, les Monopoles cherchant surtout des appellations proposant des volumes importants et à niveau de valorisation inférieur.

**Hong Kong, 5<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (5 %, pour 1% des volumes).

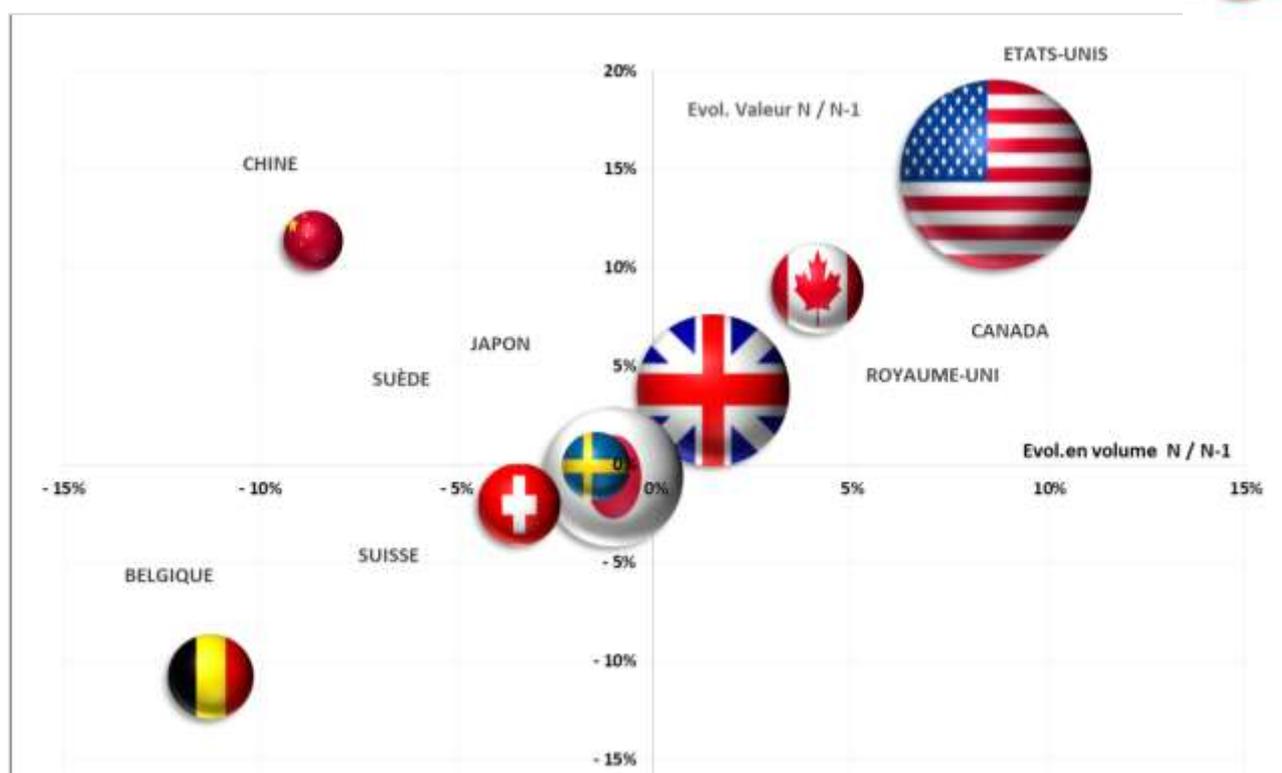


C'est le marché export qui affiche la plus forte progression sur 2015 : + 19 % en volume et + 65 % en chiffre d'affaires. Le fort dynamisme du marché est porté par le gouvernement hongkongais, qui cherche à stimuler l'économie dont la croissance est restée faible ces dernières années. Hong Kong est aussi une plateforme de réexportation en Asie. Les Premiers et Grands Crus sont particulièrement recherchés dans ce marché d'amateurs et de collectionneurs.

## Evolutions des exportations Bourgogne pour les 10 principales destinations de janvier à décembre 2015

La taille des bulles est proportionnelle au chiffre d'affaires  
 (Source : Douanes - BIVB)

**Hong Kong :**  
 Volume : + 19 % - Valeur : + 65 %



**Allemagne :**  
 Volume : - 29,7 % - Valeur : - 19,4 %

### Japon, Suède et Suisse en demi-teinte

**Japon, 3<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (13 %, pour 10 % des volumes).

Les ventes de vins de Bourgogne tendent à se stabiliser en volume (- 1 %) comme en valeur (- 0,6 %) après deux années de fortes baisses liées aux manques de volume et aux difficultés économiques rencontrées par le Japon. Toutefois, la Bourgogne reste confiante sur la reprise des ventes, le développement du tourisme étant une réelle stratégie du gouvernement japonais, qui s'est donné pour objectif d'atteindre le 20 millions de touristes en 2020, année des Jeux Olympiques de Tokyo (source BusinessFrance).



**Suède, 9<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (3 %, pour 6 % des volumes).



Les ventes de vins de Bourgogne sur le marché suédois sont relativement stables, à -1,1 % en volume et - 0,1 % en valeur. Un ralentissement que l'on espère passer, après une croissance importante : les vins de Bourgogne sont passés de 1 million de bouteilles exportées en 2004 à 4,4 millions en 2013. Dans ce contexte, certaines AOC restent performantes : les AOC du Chablisien (+ 11 % en volume et + 6,5 % en valeur) et le Crémant de Bourgogne (+ 3,3 % en volume et + 7 % en valeur).

**Suisse, 7<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (2 %, pour 4 % des volumes).



Ce marché historique tend à se « premiumiser », les AOC Grands Crus (blanc et rouge) et Premiers Crus connaissant une progression régulière. Les AOC Villages, Premiers Crus et Grands Crus blancs de Côte de Beaune et Côte de Nuits réalisent un véritable bond en chiffre d'affaires (+ 26 %). Parallèlement les AOC Petit Chablis et Chablis regagnent des parts de marchés (+ 35 % en volumes 2015 / 2014).

## La Chine, la Belgique et l'Allemagne marquent le pas

**La Chine, 12<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (2 %, pour 2 % des volumes).



Après plusieurs années de croissance, la Chine a importé moins de bouteilles en 2015 (- 9 % / 2014). Les vins de Bourgogne y sont très bien valorisés, avec un chiffre d'affaires en hausse de + 11 %. Le ralentissement général de l'économie dans ce pays ne devrait pas trop impacter la Bourgogne, la Chine restant un petit marché pour le vignoble.

**La Belgique, 6<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (5 %, pour 8 % des volumes).



Depuis les années 2000 et jusqu'à la crise économique de 2008, les vins de Bourgogne ont progressé sur ce marché, en volume (+ 11 %) et en chiffre d'affaires (+ 13,6 %). Depuis 2009, les exportations de la Bourgogne ont chuté, principalement par le retrait des vins d'appellation Chablis et AOC Régionales. Elles ont continué de baisser en 2015 (environ - 11 % en volume comme en chiffre d'affaires). Pourtant, le marché total des vins tranquilles en Belgique reste stable en volume (- 1,1 %) et baisse légèrement en valeur (- 3,1 %). La part de marché des vins français est sous pression au profit des vins non européens en pleine croissance, l'Afrique du Sud est en forte augmentation, comme les vins chiliens. Dans ce contexte, une inconnue demeure : quelle est la part des vins de Bourgogne achetés directement en France, voire en Bourgogne, par les touristes belges ? Ce sont en effet les premiers visiteurs (hors français) de la région.

**L'Allemagne, 8<sup>ème</sup> marché export en valeur des vins de Bourgogne** (4 %, pour 5 % des volumes).



Dans les années 2000, ce pays était classé parmi les 5 principaux marchés pour les vins de Bourgogne, en volume comme en valeur. En 2004, les exportations de vins de Bourgogne ont chuté par le retrait des vins d'appellation Chablis et AOC Régionales. Depuis, l'Allemagne n'a pas retrouvé sa place. Après une belle reprise en 2014 (+ 9,8 % en volume et + 17,2 % en valeur par rapport à 2013), le marché repart à la baisse en 2015 (- 29,7 % en volume et - 19,4 % en valeur). Une perte sans doute liée aux mauvais résultats en Grande Distribution (Hypers et Supermarchés) : les ventes de vins de Bourgogne ont continué de baisser sur ce circuit fortement axé sur le prix et les gros volumes (- 12 %), avec une chute plus marquée pour les vins blancs (- 27,5 %).

## Un petit nouveau à suivre ?

L'**Australie** progresse chaque année, atteignant en 2015 la **14<sup>ème</sup> position en valeur des exportations de vins de Bourgogne**. Elle évolue aussi bien sur le segment du haut de gamme que sur les entrées de gamme (+ 5,3 % en valeur / 2014).



Ce marché est porté par un double phénomène :

- ▶ comme beaucoup de pays producteurs, l'Australie montre un réel intérêt pour le vin en général, cherchant de nouvelles expériences ;
- ▶ il existe un réel marché du luxe en Australie, avec de nombreux salons qui attirent des touristes d'affaires en recherche de vins Premiums et Super-Premium.



## Résultats export des vins de Bourgogne, année 2015

(source : BIVB / Douane)

Export Bourgogne	Part de marché 2015		12 mois 2015		Variation en % 12 mois 2015/2014	
	Volume	Valeur	1000 cols	1000 EUR	Volume	Valeur
ETATS-UNIS	20%	23%	16 022	182 265	8,7%	14,7%
ROYAUME-UNI	19%	15%	14 869	116 662	1,5%	3,8%
JAPON	10%	13%	8 178	97 512	-1,0%	-0,6%
CANADA	7%	5%	5 635	41 356	4,2%	9,0%
HONG KONG	1%	5%	986	39 368	19,4%	64,7%
BELGIQUE	8%	5%	6 513	36 205	-11,3%	-10,8%
SUISSE	2%	4%	1 441	33 928	-3,4%	-2,0%
ALLEMAGNE	5%	4%	3 668	28 199	-29,7%	-19,4%
SUÈDE	6%	3%	4 389	23 101	-1,5%	-0,1%
PAYS-BAS	4%	3%	3 381	20 567	-8,7%	-4,6%
DANEMARK	3%	2%	2 362	17 848	-0,2%	10,3%
CHINE	2%	2%	1 417	17 763	-8,7%	11,4%
TAÏWAN	1%	2%	473	15 571	37,2%	42,1%
AUSTRALIE	2%	2%	1 259	12 063	14,9%	5,3%
SINGAPOUR	0,6%	1,3%	469	10 175	7,7%	-7,0%
NORVÈGE	1,7%	1,2%	1 331	9 154	-16,9%	-9,9%
EMIRATS ARABES UNIS	0,7%	0,8%	542	6 529	-6,1%	-3,2%
CORÉE DU SUD	0,6%	0,8%	447	6 332	37,9%	35,9%
ITALIE	0,6%	0,8%	496	6 050	-2,9%	8,0%
IRLANDE	1,0%	0,6%	805	4 665	-16,8%	-12,5%
LUXEMBOURG	0,3%	0,4%	253	3 376	-5,4%	-3,6%
ESPAGNE	0,3%	0,4%	273	2 990	19,0%	24,4%
THAÏLANDE	0,2%	0,3%	178	2 697	4,7%	24,8%
AUTRICHE	0,2%	0,3%	150	2 581	1,2%	12,2%
BRÉSIL	0,4%	0,3%	347	2 505	-29,9%	-37,9%
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	0,2%	0,2%	162	1 940	22,5%	37,7%
FINLANDE	0,3%	0,2%	274	1 703	-10,2%	-9,8%
LITUANIE	0,2%	0,2%	174	1 485	-54,7%	-47,0%
LETTONIE	0,3%	0,2%	217	1 480	-20,1%	-8,9%

## France : les vins de Bourgogne stabilisent leurs marchés malgré la crise

La Bourgogne maintient ses parts de marché en France, où sont réalisées 50 % de ses ventes. Celles-ci se répartissent à 28 % sur le circuit traditionnel (restauration, cavistes, vente directe) et à 22 % en Grande Distribution.



### Le circuit des cavistes reste dynamique



La gamme très large de vins proposée par la Bourgogne est particulièrement bien adaptée aux circuits traditionnels (cavistes, restauration), qui peuvent, à volonté, diversifier leurs approvisionnements, tout en satisfaisant l'esprit de curiosité et de découverte de leur clientèle.

7 à 10 millions de bouteilles sont vendues sur ce circuit chaque année, avec un positionnement très haut de gamme.

En 2014 (*dernières statistiques disponibles*), 40 % des cavistes estimaient stables leurs ventes de vins de Bourgogne, alors que 33 % se réjouissaient d'une hausse

par rapport à 2013. Sur la seule période des fêtes de fin d'année, moment privilégié pour la consommation de grands vins, 36 % des cavistes constataient une progression de leurs ventes de vins de Bourgogne. Les appellations privilégiées par leur clientèle sont notamment des vins rouges : Mercurey, Givry, Pommard, Santenay, Marsannay...

### Les vins de Bourgogne sont présents dans 64 % des restaurants

Les vins de Bourgogne se positionnent toujours très bien dans la restauration française, qui tente de pallier au ralentissement de la vente de vins sur table en développant des formules qui plaisent aux consommateurs (vin au verre, bouteille entamée à emporter...). Les restaurateurs français (restauration avec service à table) déclarent que leurs volumes de vente de vin (toutes origines) sont en baisse de - 3,7 % en 2015.



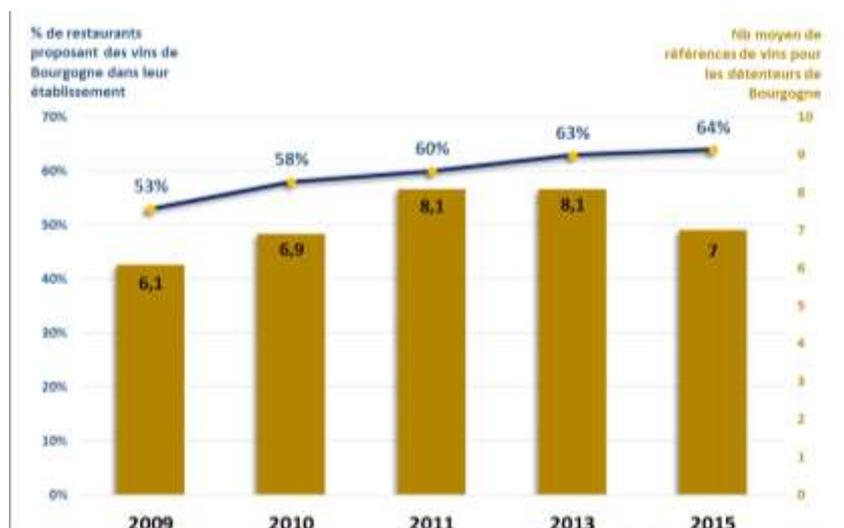
Dans ce contexte difficile, la Bourgogne fait figure de valeur sûre dans ce circuit. Elle poursuit sa progression, avec un taux de présence de 64 % en 2015, contre 63 % en 2013.

En 2009, plus d'un restaurant français sur deux (53 %) proposait des vins de Bourgogne sur sa carte. En 2015, la tendance a bien évolué : deux restaurants sur trois possèdent des vins de Bourgogne dans leur cave.

A l'inverse, le nombre moyen de références figurant sur les cartes s'affiche en légère baisse (7 références en moyenne en 2015, contre 8,1 en 2013). Toutefois, la Bourgogne fait toujours mieux que la moyenne nationale (5,8 vins référencés en moyenne sur l'ensemble des vignobles français en 2015).

La belle santé de la Bourgogne sur ce segment est encore plus nette dans la restauration gastronomique, dont les cartes étoffées font la part belle aux vins de qualité, rigoureusement sélectionnés et aux crus prestigieux. Ces restaurants possèdent en moyenne 13,5 références de vins de Bourgogne (en 2015), contre 9,8 références pour la moyenne des vignobles français.

### Evolution du référencement des vins de Bourgogne en restauration française (source : CHD Expert / BIVB)



### La vente directe portée par l'œnotourisme ?

Près d'un million de touristes vient chaque année en Bourgogne, dont 82 % pour le vin.

En 2014, la clientèle française reste orientée à la baisse (- 1,7 % / 2013), alors que la clientèle étrangère repart à la hausse (+ 7,9 %). Parmi les clientèles étrangères, souvent consommatrices de vin, on trouve en première position les belges (19,3 % des touristes étrangers de Bourgogne, + 10,7 % / 2013) et en seconde position les allemands (18,7 % des touristes étrangers, + 0,5 % / 2013).

Tout secteur touristique confondu (étude 2013), les touristes dépensent environ 2,2 milliards d'euros en Bourgogne (source : Bourgogne Tourisme).



Parallèlement à l'accueil en région, les Bourguignons se déplacent beaucoup sur les foires et salons dans toute la France. Un dynamisme qui aide particulièrement les petites structures qui ne sont pas toujours référencées sur les circuits de volumes.

## Grande Distribution : la Bourgogne freinée par le manque de vins disponibles

Vignoble de petite taille, la Bourgogne ne représente que 2 % du marché des vins tranquilles dans les grandes et moyennes surfaces. Le manque de disponibilités consécutif aux récoltes déficitaires de 2010, 2012 et 2013 a cependant eu quelques conséquences sur les ventes de vins de Bourgogne dans les linéaires des hypermarchés et des supermarchés. Les GMS, marchés de volumes, se montrent logiquement sensibles aux fluctuations de la production.

Après une progression régulière depuis 2008, couronnée par un chiffre d'affaires record de près de **243 millions d'euros en 2013**, la Bourgogne marque donc le pas. Cependant, malgré des quantités en baisse de 1,1 % sur 2015 par rapport à 2014 (21,12 millions de bouteilles vendues), elle réussit à faire progresser légèrement son chiffre d'affaires à **+ 2,2 %** dans un contexte défavorable. En effet, le nombre de ménages français achetant du vin au moins une fois dans l'année n'est plus que de 86 % (cumul 12 mois juillet 2014 à juin 2015).

Les vins blancs enregistrent un recul assez prononcé (- 4 %/ 2014), alors que les vins rouges repartent à la hausse + 3,2 % en volume. Ces résultats s'inscrivent dans un contexte difficile pour l'ensemble des AOC françaises vendues en bouteilles de 75 cl sur le circuit.

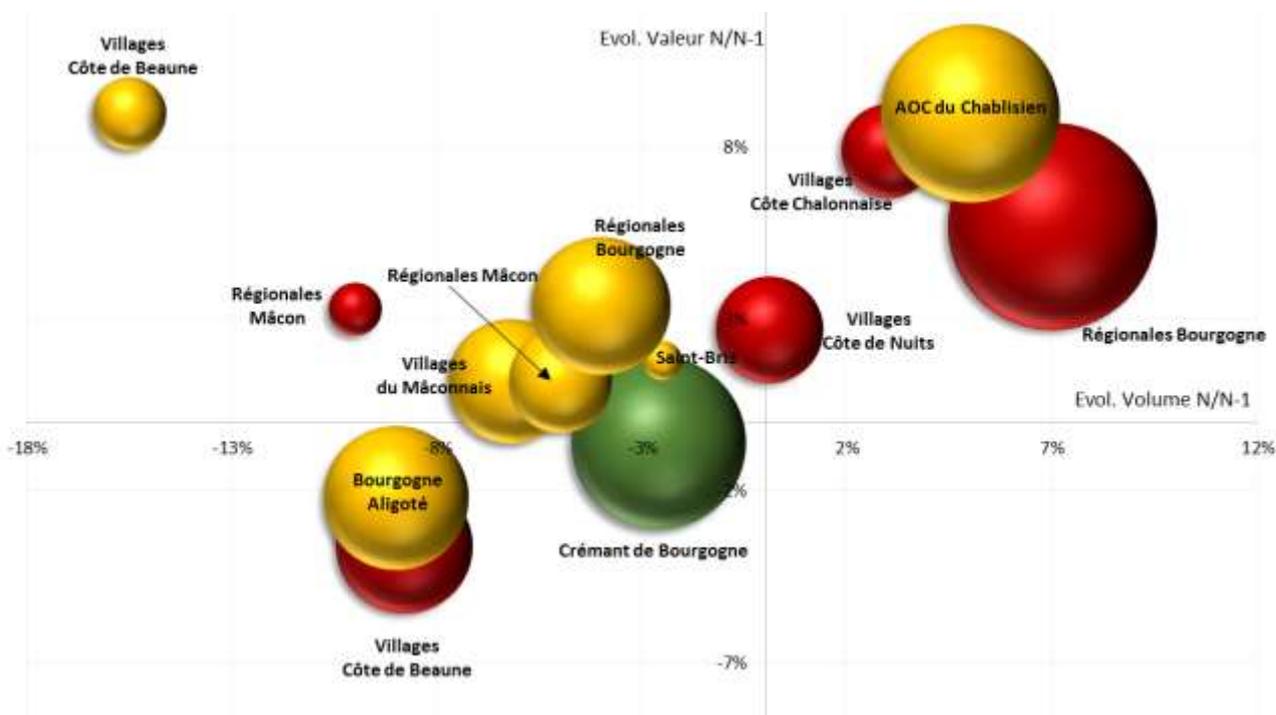
Trois groupes d'appellations parviennent à tirer leur épingle du jeu. Les ventes d'appellations Régionales en rouge progressent de 7 %, pour un chiffre d'affaires également en évolution (+ 5,7 %). La même tendance est à l'œuvre sur les AOC du Chablisien, moins touchées par les récoltes déficitaires (sauf en 2013), qui progressent de 5,1 % en volume et de 9 % en valeur. Idem pour les Villages de la Côte Chalonnaise en rouge, portés par une hausse de 3,3 % des volumes et de 7,5 % du chiffre d'affaires.



© BIVB / H. MONNIER

## Evolution des ventes de vins de Bourgogne en GD France par groupe d'appellations année 2015 (source : IRI / BIVB)

La taille des bulles est proportionnelle au chiffre d'affaires



**Contact :**

**Mathilde Paturaud** - Attachée de presse

Tél. 03 80 25 06 96 – [mathilde.paturaud@bivb.com](mailto:mathilde.paturaud@bivb.com)



[Vins de Bourgogne](#)



[@BourgogneWines](#)

Retrouvez tous nos communiqués de presse et des milliers de photos libres de droit sur la salle de presse en ligne du site : [www.vins-bourgogne.fr](http://www.vins-bourgogne.fr)