



L'industrie du vin au Québec

Activité ASDEQ-ASQ -13 février 2014
Gilles Proulx

+ L'industrie du vin au Québec

- Importance du secteur
- Impact économique
- Importance relative
- Forces et faiblesses
- Défis et opportunités
- Plan stratégique des Vignerons du Québec



+ Importance du secteur



- Environ un centaine d'entreprises, dont 70 recensées dans le Canadian Wine Annual 2012 (164 en Ontario).
- En 2010, la RACJ avait émis 85 permis de producteur.
- Superficie en culture: 413 hectares (7082 en Ontario)
- Ventes 1,4 millions de litres (13 millions en Ontario)

+ Taille des entreprises



- De petites entreprises pour la plupart:
 - La Bauge (6,5 ha.), Les Brome (14 ha), Le Cep d'argent (24 ha), Côtes d'Ardoise (7,5 ha) Gagliano (10 ha), L'Orpailleur (20 ha), Domaine du Ridge (14 ha)
 - La production totale de ces sept producteurs atteignait environ 40,000 caisses de vin
- En comparaison, on retrouve en Ontario sept entreprises avec des vignobles de superficie dépassant 50 ha.:
 - Cave Spring, Château des Charmes, Clos Jordane, Henry of Pelham, Inniskillin, Peller Estate, Tawse.



Impact économique des vignobles au Québec, 2011

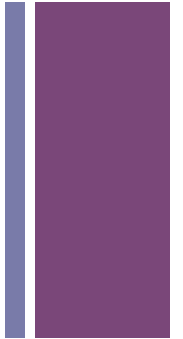


- Ventes d'environ 100,000 caisses de vin de 9 litres
- Revenus des vignobles: 20,3 millions \$
- Salaires de 12,1 millions \$ et 315 emplois directs
- Dépenses de tourisme générées: 25,9 millions \$, et 200,000 visiteurs aux vignobles
- Marges SAQ et restauration: 4,9 million \$
- Revenus fiscaux fédéral et provincial: 17,4 millions \$
- Impact économique total (effets directs, indirects et induits): 186,3 millions \$

+ Secteurs connexes – 1

Les embouteilleurs de vin

- Depuis 1978, la loi de la SAQ autorise la vente de vins et de cidres chez les épiciers et dépanneurs licenciés.
- Toutefois seuls les vins embouteillés au Québec peuvent y être vendus.
- Important segment de marché représentant 4,5 millions de caisses de vin de 9 litres ... 45 fois plus important que les vignobles
- Les produits concernés sont presque exclusivement des vins importés en vrac avec indications minimales de provenance. Toutefois les producteurs de vins 100% Québec devraient avoir accès à cette importante composante du réseau de distribution.



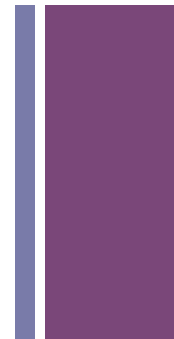
+ Secteurs connexes – 2

Les cidreries

- Environ un cinquantaine de cidreries sont recensées dans le Canadian Wine Annual 2012.
- Une composante importante de l'agro-tourisme
- Des produits de terroir qui peuvent concurrencer, compléter les activités reliées aux vignobles.
- Le Québec a connu des succès importants avec ses cidres mousseux et ses cidres de glace.
- Mais c'est un créneau étroit qui peut bénéficier-souffrir des modes (à titre d'exemples: le Beaujolais nouveau, le Porto et, dans les années 1980, le cidre).



+ La SAQ



- Des ventes de 2,837 milliards \$ en 2012:
 - 2,524 milliards \$ dans le réseau des succursales
 - 313 millions \$ chez les grossistes-épiciers
- Les produits du terroir d'ici soit les produits à base d'érable, de petits fruits, d'hydromel, de vin et de cidre représentent des ventes de 15 millions \$, soit 0,5% du total
- Les vins représentent 78,4% du volume des ventes.
- La consommation de vin atteint 22,6 litres par personnes de 15 ans et plus, au premier rang des provinces canadiennes. En comparaison, la consommation est de 14 litres en Ontario.



Les circuits de distribution



- Les ventes au vignoble
- La SAQ
- Les foires et festivals du vin
- La maison des saveurs du Québec
- Autres (dépanneurs et supermarchés)
- Exportation



Palmarès des vins du Canada - 1

Decanter 2013

Vins soumis / primés	236 / 84 Millésimes 2009-2012
Or	Total 7 7 blancs: 5 secs, 2 doux
Argent	Total 24 16 blancs: 10 secs, 4 doux et 2 mousseux 8 rouges : 6 secs, 2 doux
Bronze	Total 53 32 blancs: 21 secs, 10 doux, 1 mousseux 20 rouges: 19 secs, 1 doux 1 rosé
Provenance	Colombie britannique : 44 Ontario: 40



Palmarès des vins du Canada - 2

Commentaires du panel de juges

Quelques déceptions	Pinots noirs et chardonnays de l'Ontario Assemblages bordelais de la C.B.
Meilleurs achats	Cabernets francs Rieslings secs et demi-doux de l'Ontario On voudrait plus de rosés et de mousseux
Passer outre	Gewurz, Viognier, Sauvignons blancs Trop d'acidité volatile dans les vins de glace et les vendanges tardives
À considérer	- Prince Edward County: bourguignons, mousseux, Syrah (style Rhône nord), Gamay - C.-B.: Pinots noirs et Rieslings en altitude - Assemblages blancs

+ Viticulture de climat froid



- Hivers rigoureux où ne subsistent facilement que les cépages rustiques, surtout les hybrides français.
- Gels printaniers, donc pas de cépages hâtifs
- Ensoleillement et chaleur en été qui peuvent limiter le mûrissement:
 - la vigne ne progresse qu'à des températures dépassant 10° C.
 - On mesure les unités de chaleur en degrés-jours
 - Au Québec souvent moins de 1000 unités, mais 1410 à Iberville.
 - En comparaison: 1566 à Vineland, Niagara, 1,629 à Oliver, C.B..
 - Aussi 1472 dans le Médoc, 1583 à Hawkes Bay, 2118 à Napa



'Faire du vin au Québec relève encore de l'apostolat' *Jacques Orhon*



- Des conditions naturelles difficiles
 - Hivers rigoureux
 - Gros risques de gel printanier
 - Étés courts et ensoleillement limité
 - Sols souvent pas assez pauvres et trop argileux

- Beaucoup d'expérimentation
 - Encépagement
 - Techniques de conduite et de protection de la vigne
 - Expérimentation dans les chais
 - Mise en marché

- =====> Résultats souvent aléatoires



Perspectives d'avenir pour la viticulture au Québec

Tony Aspler – Wine Atlas of Canada



- Croissance et santé dépendront de la capacité des vignobles à attirer les touristes
- Les composantes: accueil, paysages, patrimoine, gîte et restauration, produits du terroir ... et enthousiasme des vignerons
- Où il y a de la passion et de l'effort soutenu pour la vigne, il y a la capacité de produire des vins fins
- L'Ontario et la Colombie-Britannique ont une génération d'avance. Les vignerons québécois doivent, à leur tour, trouver les meilleurs clones, les meilleures techniques de conduite de la vigne, et permettre aux vignes de vieillir. Les vins nous surprendront.



DIAGNOSTIC DE L'INDUSTRIE -1

Rapport GAMA pour l'AVQ

FORCES

- Masse critique des vignobles
- Typicité et unicité par les cépages et profils de goût
- Climat favorable aux produits nordiques et reconnaissance accrue de ces produits
- Passion, créativité et ténacité des vignerons
- Proximité des grands centres
- Certification, réseau SAQ

FAIBLESSES

- Appui mitigé des gouvernements
- Réseaux de distributions limités, faiblesses marketing
- Manque d'uniformité et de qualité des vins
- Manque de main d'œuvre spécialisée, R&D, formation
- Achats hors Québec
- Coûts trop élevés



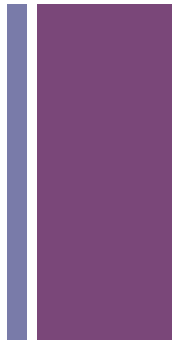
DIAGNOSTIC DE L'INDUSTRIE -2

Rapport GAMA pour l'AVQ

OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">• Vaste marché en croissance• Curiosité du consommateur et agro-tourisme• Proximité des centres urbains pour la plupart des vignobles• Application possible des modèles commerciaux à succès en Ontario et C.B.	<ul style="list-style-type: none">• Nouveaux venus sans les liquidités, les connaissances et le support des spécialistes• Règlementation contraignante• Manque de concertation des intervenants et chacun pour soi des vignerons• Manque d'ambassadeurs• Perception négative à l'égard des vins produits



Plan stratégique de l'Association des vignerons du Québec (AVQ)



- Le plan propose une vision ambitieuse:
 - Triplement des ventes de 2010 à 2020
 - Part de marché de 2,5% en 2020 soit l'équivalent de l'Afrique du Sud, du Portugal ou du Chili

- Cinq grands thèmes pour la stratégie:
 - Qualité – pré-requis incontournable
 - Optimiser la qualité des vins offerts
 - Recherche et développement
 - Alignement de la gamme des produits avec la demande
 - Accessibilité
 - Maximiser la présence des vins québécois dans le réseau existant
 - Décloisonner les réseaux de distribution

+ Plan stratégique (suite)



- Cinq grands thèmes (suite)
 - Reconnaissance
 - Mise en valeur des principaux attraits reliés aux vins québécois
 - Couverture efficace des leaders d'opinion
 - Utiliser la distribution comme support à la communication
 - Augmenter la notoriété avec des événements porteurs
 - Profitabilité
 - Productivité des vignobles
 - Alignement des prix avec les segments visés
 - Accompagnement des nouveaux arrivants
 - Guider et accompagner les nouveaux arrivants dans leur démarrage



C'est à suivre !

Sources



- A Frank, Rimerman + Co. The Economic Impact of the Wine and Grape Industry in Canada, 2011. March 2013
- Aspler, Tony. Wine Atlas of Canada. Random House, 2006
- Decanter. World Wine Awards. 2013
- Dorozynski, Janet. Local Hero or Global Nobody? Canadian Wine in the Global Marketplace. FAIT Canada, February 2013
- GAMA Communications Marketing. Vins du Québec – Plan stratégique 2010-2020. Janvier 2013
- Madill J., Riding A., Haines G. Strategic Dilemmas of a Small Market Player: The Canadian Wine Industry
- Orhon, Jacques. Les vins du nouveau monde. Amérique du Nord. Éditions de l'Homme, 2012
- SAQ Rapport annuel 2012
- WineAcces. Canadian Wine Annual. 2012