

# L'union

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

 **L'Ardennais** Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Champagne : le hit-parade des marques

## Champagne : le hit-parade des marques

Par *Sophie Claeys-Pergament*

Créé le 29/01/2013 11:03

Et Aussi

**Url:**<http://www.lunion.presse.fr/article/autres-actus/chiffre-daffaires-merci-les-exportations>**Titre:**

Chiffre d'affaires : merci les exportations

**Url:**<http://www.lunion.presse.fr/article/autres-actus/le-top-10-des-exportateurs>**Titre:**

Le top 10 des exportateurs

Ce classement des dix marques les plus puissantes au monde a été réalisé par Shanken Impact (\*). Il a été effectué en juillet 2012 sur des chiffres 2011 sachant que les clôtures des exercices de chacun ne correspondent pas à l'année civile. Il reste sans surprise.

Avec plus de 32 millions de bouteilles vendues, **Moët & Chandon** (MHCS) caracole en tête de liste. Suivie par sa sœur, **Veuve-Clicquot** (MHCS) qui assure un chiffre de 16, 1 millions de flacons.

Les chiffres devraient bouger pour 2012 puisque les volumes de champagne augmentent de 6 % dans un contexte de hausses de prix significatives réalisées au premier trimestre 2012. Ainsi les ventes du groupe d'activités Vins et spiritueux sont en hausse de 23 %, lors des résultats semestriels du mois de juin 2012. Les ventes de l'activité Champagne et Vins s'élèvent à 748 millions d'euros, dégagant un résultat opérationnel courant de 185 millions d'euros, en hausse de 17 % par rapport au premier semestre 2011. Ces deux mammouths sont les seuls à dépasser le million de caisses expédiées.

C'est une coopérative qui arrive à la troisième place avec le champagne **Nicolas Feuillatte**, la stratégie menée depuis deux ans par le « centre » s'est avérée payante, elle visait un développement sur les marchés internationaux, particulièrement les USA. On ne peut pas oublier la présence prédominante de la marque dans les Dom Tom. Pour 2012, le centre vinicole a subi une perte de 6 % de ses volumes, en revanche, la marque a maintenu sa valeur passant de 9,6 à 9,1 millions de bouteilles. En 2011, l'activité Champagne avait atteint le niveau record de 149 millions d'euros, soit une progression de plus de 19 %.

**Mumm** (groupe Pernod-Ricard) est en 4e position avec 7,8 millions de bouteilles toutefois pour le premier trimestre 2012/2013 publié en octobre dernier, la marque baisse de 6 % en volume et en chiffre d'affaires tempéré par un effet-mix-prix de 1 %.

En 5e position, on trouve **Laurent-Perrier** avec 7,380 millions de bouteilles. Une belle remontée en trois ans de temps puisqu'en 2009, la marque expédiait 485 millions de cols. En fait, l'environnement de marché actuel n'est pas semblable à celui de l'année 2009 : d'une part, il avait été marqué par un fort déstockage, d'autre part, le poids des ventes hors d'Europe dans le chiffre d'affaires de la marque Laurent-Perrier est plus élevé. Alors que la situation du marché européen invite à la plus grande prudence. Le chiffre d'affaires du premier semestre 2012/2013 se monte à 95,5 millions d'euros, soit 3,9 % de croissance alors que dans le même temps, son résultat opérationnel a chuté de 22,1 %.

### **Au total, 97, 8 millions de bouteilles**

La marque **Piper-Heidsieck** (EPI) est en 6e position avec 5 millions de bouteilles. Une baisse de 11,3 % par rapport à 2010. Qui peut-être expliquée notamment en termes de distribution par la vente de la maison Piper & Charles Heidsieck de Rémy Cointreau au groupe privé EPI en mai 2011.

**Pommery** (Vranken-Pommery Monopole) se place en 7e position avec 5,3 millions de bouteilles. On peut noter une baisse de 5 % des ventes de champagne en 2012. Dans cet environnement difficile, l'activité à l'export s'est particulièrement bien comportée, notamment dans les « pays tiers » comme le Japon et les États-Unis. La politique tarifaire a pesé sur son chiffre d'affaires réalisé dans la grande distribution. Le positionnement qualitatif des marques de Vranken-Pommery Monopole n'a ainsi pas été affecté. Par ailleurs, il a été décidé, pour 2013, de renforcer la vente des produits premium de Vranken-Pommery Monopole.

La marque **Lanson** (Lanson-BCC) est en 8e position avec 4,5 millions de bouteilles expédiées. Ainsi le groupe a diminué ses volumes de ventes de 11,3 % après qu'il en a limité le retrait à 2,5 % pour les six premiers mois 2011. Lanson développe son image de vinificateur pointu en mettant en avant l'élaboration des cuvées haut de gamme comme Extra Âge ou encore avec sa Lanson Vintage Collection.

Selon ce classement, on peut également noter la présence de **Mercier** (MHCS) à la neuvième place avec un peu plus de 4,3 millions arrive à la neuvième place. Actuellement un plan de bataille est mis en route pour accompagner pour d'une part, une refonte du packaging accompagnée d'un plan marketing efficace, sans oublier les budgets attenants qui sont prévus pour la promotion de la gamme.

La marque **Taittinger** est en 10e position avec 4,2 millions de bouteilles. En juin dernier, Pierre-Emmanuel Taittinger avait déclaré : « Les quatre premiers mois de l'année, malgré le contexte européen incertain, ont été positifs pour la maison qui exporte 75 % de sa production. »

Au total, ces marques représentent 97,8 millions de bouteilles.

LE TOP 10 DES MARQUES					
En milliers de caisses de 12 bouteilles					
RANG	MARQUE	SOCIÉTÉ	2009	2010	2011
1	Moët & Chandon <sup>1</sup> 	Champagne Moët & Chandon (LVMH)	2.415	2.725	2.750
2	Veuve Clicquot 	Veuve Clicquot Ponsardin (LVMH)	1.190	1.315	1.340
3	Nicolas Feuillatte 	Centre Vinicole Champagne Nicolas Feuillatte	585	680	800
4	Mumm 	GH Mumm & Cie (Pernod Ricard)	600	635	650
5	Laurent-Perrier 	Laurent-Perrier & Co.	485	535	615
6	Piper Heidsieck 	Champagne P&C Heidsieck SA (EPI)	410	510	450
7	Pommery 	Vranken-Pommery Monopole	415	450	445
8	Lanson 	Lanson-BCC	350	400	375
9	Mercier 	Champagne Moët & Chandon (LVMH)	375	375	360
10	Taittinger 	Champagne Taittinger	325	350	350

1) Dom Pérignon compris.

Source : Impact Databank

(\*) Principale source de données exclusives sur l'industrie des boissons alcoolisées aux États-Unis et à l'étranger).

#### Photos / vidéos

Auteur : Bernard Sivade

Légende : Qui a vendu le plus de bouteilles depuis 2009 ? Et la réponse est... Moët & Chandon !

**Visuel 1:**



**URL source:** <http://www.lunion.presse.fr/article/marne/champagne-le-hit-parade-des-marques>