



Malgré une conjoncture difficile, les tonneliers confiants pour l'avenir

La sécheresse de la dernière saison a affecté la production de vin dans plusieurs pays, dont la France. Les tonneliers français s'appuient sur le marché du cognac pour rebondir. Les volumes vendus en 2019 devraient avoir été stables malgré une conjoncture difficile, assure Jean-Luc Sylvain, président de la **Fédération des tonneliers** de France. L'organisation professionnelle, qui regroupe 58 des 70 tonnellerie françaises, pour 475,6 millions d'euros de chiffre d'affaires, avait enregistré en 2018 une progression de 2% de ses volumes (670 000 unités) et de 3,6% de ses ventes. Les récents incendies en Australie ont provoqué l'inquiétude des professionnels, dans un contexte international compliqué.

"La croissance est davantage due aux augmentations de tarifs qu'au développement commercial", observe Jean-Luc Sylvain, citant pêle-mêle l'impact des incendies il y a deux ans dans la Napa Valley (Etats-Unis), la faiblesse de la monnaie aux Etats-Unis, la baisse potentielle des importations de produits manufacturés en Argentine, les mouvements sociaux au Chili et l'impact de la sécheresse en France, qui a conduit à une baisse de la production de vin en 2019. L'export représente 68% des volumes et 70% des ventes en valeur des tonneliers français.

Le leader mondial du marché, TFF Group (285 millions d'euros de chiffre d'affaires, à 60% dans les vins et à 40% dans les spiritueux), qui réalise 85% de ses ventes en valeur à l'export, confirme ces difficultés. "Quelques vents contraires ont été concentrés sur le premier semestre de notre exercice 2019-2020. Une faible récolte mondiale de vin en 2019 est à noter. Les baisses seront significatives en France, en Espagne en Italie. La récolte a été affectée par des épisodes de gel au printemps, puis par une période de canicule. Les incendies en Australie (environ 10% de notre activité vins) nous inquiètent aussi", commente Jérôme François, président du directoire. Les ventes se sont néanmoins appréciées de 7,6% sur la période, portées par le dynamisme du marché américain (+17%).

TFF Group a du mal à recruter aux Etats-Unis

Grâce à ses implantations à l'international (huit sites en Ecosse et aux Etats-Unis), TFF Group tire parti de la croissance retrouvée du marché du whisky, même si les résultats n'ont pas été à la hauteur des attentes ces derniers mois – 55 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018-2019, contre 60 millions d'euros escomptés. Des niveaux similaires sont attendus en 2019-2020. Des difficultés de recrutement aux Etats-Unis pénalisent l'activité – "l'économie est en bonne santé", observe Jérôme François. Le vieillissement du bourbon exige un passage en fûts de chêne neuf.

En Ecosse, suite à l'acquisition en août 2019 d'un site destiné à passer d'un lieu de stockage à un lieu de production, le groupe attend les autorisations nécessaires à son changement d'activité. En France, beaucoup de distilleries "s'approvisionnent directement auprès des propriétés", souligne Jérôme François.

La bière, un segment à explorer

En revanche, la croissance insolente du marché du cognac fait localement les affaires des tonneliers français. "Il y a une très forte demande sur le cognac, qui demande des contenants (tonneaux, barriques, cuves) en chêne. Le marché est en belle hausse depuis une dizaine d'années. Les nouvelles autorisations de plantations à venir sont de bon augure pour notre métier", se réjouit Jean-Luc Sylvain. Les ventes de cognac progressent depuis cinq ans (+6,9% en valeur et +2,5% en volume en 2018-2019).

Parmi les segments explorés par les tonneliers, figure non pas un nouveau type de spiritueux, mais... la bière. "Nous fournissons quelques microbrasseries françaises, pour des quantités très faibles. Nous avons un peu plus de clients dans la microbrasserie aux Etats-Unis, notamment les marques les plus anciennes qui utilisent des fûts de bourbon usagés pendant un an, puis nous les rachetons avant de les revendre en Ecosse", explique Jérôme François. "Cela reste un

micro-marché, mais nous sommes prêts à l'accompagner", ajoute Jean-Luc Sylvain. Les brasseries franciliennes Gallia ou Deck & Donohue ont récemment développé des gammes spécifiques, à destination d'un public de connaisseurs.