

## Sommaire

- Éditorial
- Enomaq
- Tecnovid
- Actualité: Oleomaq et Oleotec
- Les autres boissons
- Marché extérieur
- Défis et stratégies du secteur
- Vue d'ensemble du secteur

# tecnovid 2007

5<sup>o</sup> Salon international  
des techniques et équipements viticoles



16 Salon international  
des aux caves  
et à la mise en bouteille

# ENOMAQ 2007

## Éditorial

### ENOMAQ ET TECNOVID2007 : NOUVELLE RENCONTRE DU SECTEUR VITIVINICOLE

ENOMAQ ET TECNOVID seront de nouveau au rendez-vous avec le secteur vitivinicole entre le 13 et le 16 février 2007 au Parc des Expositions de Saragosse. Cette parenthèse justifiée a permis d'ajuster la célébration de l'événement au calendrier des foires européennes et aux propres intérêts du secteur et a signifié un changement de rythme dans ses dates de célébration qui, à partir de la prochaine édition, aura lieu les années impaires. Les deux expositions, toujours un peu plus liées bien que parfaitement différenciées, reviennent en force afin d'être le point de rencontre des professionnels et des entreprises du monde du vin qui auront la possibilité de connaître et d'exposer l'offre la plus complète du moment aussi bien en techniques, équipements et machines pour la production vinicole, dans le cas du déjà vétéran ENOMAQ, le Salon International des Machines et Équipements destinés

aux Caves et à la Mise en bouteille, que pour tout ce qui rapporte aux équipements et techniques pour la viticulture dans le cas de TECNOVID.

Cette édition 2007 incorpore une nouveauté importante : les premiers pas de OLEOMAQ et OLEOTEC, deux nouveaux salons dédiés à l'huile qui s'intègrent respectivement dans ENOMAQ et TECNOVID et qui présenteront la plus grande offre conjointe d'équipements et de techniques pour la production, l'élaboration et la mise en bouteille du vin et de l'huile. La participation élevée des entreprises dans les deux Salons, aussi bien espagnoles qu'étrangères, et sa capacité de convocation de visiteurs professionnels, dont se portent garant des années de prestige, font de cette rencontre un rendez-vous commercial inévitable et stratégique pour le secteur vitivinicole, de l'huile et des boissons en général.

### ENOMAQ, un grand générateur d'affaires

ENOMAQ revient : le Salon International des Machines et Équipements destinés aux Caves et à la Mise en bouteille est un grand classique qui prépare déjà sa XVIème édition convertie en un référent international de premier rang pour le secteur vinicole. Après plusieurs années de succès à répétition et de croissance soutenue, le salon a réussi dans sa dernière édition de 2004 à dépasser de nouveau toutes les prévisions de participation. La grande offre de nouveautés en machines et équipements pour la production vinicole a été la protagoniste indiscutable du Salon où une dynamique commerciale intense et de bonnes opportunités d'affaires ont été générées.

Pour faciliter au maximum l'activité des professionnels la visitant, la foire se structure en différents secteurs correspondant aux aires suivantes :



- Machines pour la mise en bouteille et équipements auxiliaires.
- Cuves et autres conteneurs.
- Machines pour le traitement du vin.
- Produits œnologiques et matériel de laboratoire.
- Conditionnement, ingénierie de production et industrie auxiliaire de la viticulture.
- Machines pour le traitement du raisin.

ENOMAQ 2004 a présenté de nouvelles presses intelligentes, hydrauliques et pneumatiques, de nouvelles machines pour le bouchage et la mise en bouteille et des équipements monoblocs à plusieurs fonctions. Il a aussi été présenté le dernier cri en automatismes et systèmes électroniques de contrôle ainsi que différentes applications informatiques pour la gestion intégrée de caves et les dernières technologies appliquées aux machines de l'industrie du vin et des boissons dans tous leurs processus.

### La poussée à l'innovation de TECNOVID

Avec une croissance plus que satisfaisante dans toutes ses éditions et en route vers sa cinquième convocation, TECNOVID apparaît comme un salon totalement consolidé qui a maintenu un intérêt vif et croissant du secteur viticole à chacune de ses éditions. Les nouvelles techniques pour les cultures et les équipements les plus fonctionnels et modernes pour le labourage, le transport et la manipulation du raisin constituent le noyau de ce salon qui mise, depuis ses débuts, sur l'innovation et la modernisation du secteur viticole.

En ce qui concerne les secteurs d'exposition, TECNOVID est organisé de la manière suivante :

- Tracteurs, Labourage et préparation du sol.
- Plantation, engrais et irrigation des vignobles.
- Taille et protection des vignobles.
- Piquets et fil de fer pour treilles.
- Vendange.
- Transport et manipulation du raisin.
- Pépinières.
- Produits agrochimiques.
- Institutions, Associations, services.

En ce qui concerne les nouveautés et pour n'en citer que quelques-unes, TECNOVID 2004 a évidemment présenté les machines de dernière génération pour les travaux viticoles comme les nouvelles vendangeuses tout terrain, les tracteurs et épointeuses, les broyeuses et distributeurs d'engrais. La



partie dédiée aux équipements d'irrigation et automatisés avancés ainsi qu'aux systèmes de contrôle et de gestion des vignobles basés sur les dernières technologies de l'information et de la communication a aussi été très développée.

## Actualité

### OLEOMAQ et OLEOTEC: naissance de deux nouveaux événements



Fruit d'une analyse sectorielle poussée et après des contacts avec les agents concernés, le Parc des Expositions de Saragosse a détecté l'opportunité de donner un poids spécifique au secteur de l'huile et de l'olive, en incluant cette thématique dans ses salons. Ainsi, dans le cadre d'ENOMAQ et TECNOVID 2007, OLEOMAQ et OLEOTEC voient le jour: deux nouveaux salons dédiés à l'univers de l'huile, aussi bien du point de vue oléicole, dans le cas d'OLEOMAQ, le Salon des Machines et Équipements pour

Huileries qui s'intégrera dans ENOMAQ, que de la production de l'olive, avec OLEOTEC, le Salon des Techniques et Équipements pour l'Oliviculture qui s'insérera dans TECNOVID. Les liens existants entre les secteurs vitivinicoles et de l'huile et l'expérience accumulée dans les éditions de ENOMAQ et TECNOVID permettent et encouragent ces synergies entre salons puisque que les industries du vin et de l'huile partagent des machines similaires, des équipements et des techniques de culture.

OLEOMAQ mise sur la qualité, la technologie et l'étude des méthodes les plus modernes d'industrialisation et de gestion. Pour cela, seront convoqués de façon massive les fabricants, importateurs, exportateurs, techniciens, Huileries, Conseils Régulateurs des Appellations d'Origine Contrôlée et les professionnels de l'industrie de l'olive du monde entier. Les secteurs d'exposition qu'OLEOMAQ accueillera sont les suivants:

- Machines pour la mise en bouteille et équipements auxiliaires.
- Cuves et autres conteneurs.
- Machines pour le traitement de l'huile.
- Produits oléicoles et matériel de laboratoire.
- Machines pour le traitement de l'huile.

De son côté, OLEOTEC est le rendez-vous professionnel que réclamait le secteur de l'oliviculture puisqu'il réunira dans un même espace la plus grande offre existante et spécialisée de machines, traitements phytosanitaires, équipements et toute classe de matériel auxiliaire nécessaire pour le développement de l'oliviculture. Les surfaces d'exposition de OLEOTEC seront les suivantes :

- Tracteurs
- Labourage et préparation du sol.
- Plantation, engrais et irrigation des oliviers.
- Taille et protection des oliviers.
- Collecte
- Transport et manipulation de l'olive.
- Pépinières
- Produits agrochimiques.
- Institutions, Associations, Informatique et Services.

## Vue d'ensemble du secteur

### La réforme de l'OCM du vin

Dans un futur immédiat, la réforme de l'Organisation Commune du Marché du Vin (OCM) représente un des plus grands défis pour le secteur. Il est prévu que la proposition législative de réforme soit formulée à la fin de l'année afin d'être approuvée au Conseil en 2007 et d'entrer en vigueur en 2008. La nouvelle OCM représente une opportunité d'établir un cadre juridique qui favorise la compétitivité des vins espagnols et devrait fonctionner comme instrument d'équilibre au niveau européen ; cependant, en même temps, cela génère quelques incertitudes dans le secteur, spécialement celles relatives à l'arrachage éventuel de vignes, à la limitation de nouvelles plantations, à l'élimination des aides aux distillations en crise et à la dotation et répartition adéquate des fonds. Ces points ont déjà été avancés dans le document provisoire, rendu publique pendant la récente visite à notre pays de la commissaire européenne de l'Agriculture et Développement Rural, Mariann Fischer Boel.

La commissaire, qui a pu connaître une partie du secteur vitivinicole espagnol en Castille La Manche et en Catalogne, a demandé aux viticulteurs espagnols de nouvelles idées pour la réforme imminente.

Un groupe de pays dans lequel se trouvent l'Espagne, l'Allemagne et le Portugal ont critiqué ces idées pendant que d'autres, comme la France, y voient des aspects positifs et que les pays peu ou non producteurs se sont manifestés de manière favorable au projet initial de la Commission. Dans tous les cas, il s'agit pour le moment d'un document inachevé qui met en avant différents scénarios et dont l'approbation requiert de nombreuses conversations et négociations entre les différents pays et secteurs touchés.

En Espagne, la majorité des associations professionnelles du secteur a déjà présenté ses propositions afin que celles-ci puissent être étudiées dans les futures négociations qui s'annoncent dures jusqu'à l'obtention du document final.

## Les autres boissons

### L'eau conditionnée continue à gagner des places

Aussi bien en production qu'en consommation, l'eau embouteillée vit un de ses meilleurs moments dans notre pays, quatrième producteur et consommateur de l'UE, derrière l'Italie, l'Allemagne et la France. Selon les dernières données disponibles de l'Association Nationale des Entreprises d'Eau de Boissons Conditionnées (ANEABE en espagnol) la production espagnole des eaux embouteillées pendant l'année 2004 a atteint 5.202 millions de litres, 2% de plus qu'en 2003. Dans cette même période, la consommation par tête était déjà



montée à 120 litres d'eau conditionnée par an. Par type d'eaux: 92% de la production correspond aux eaux minérales naturelles, 5,4% aux eaux de sources et le reste aux eaux potables préparées. Les eaux non gazeuses représentent 95,8% de la production tandis que les eaux gazeuses représentent les 4,2% restant.

Il faut souligner le fait qu'il se vend de plus en plus d'eau au travers du canal de la restauration où il s'est produit une croissance importante ces dernières années et où il est de plus en plus habituel de disposer d'une carte d'eaux. Ainsi, selon des données du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation, 68% de l'eau embouteillée en Espagne est consommée dans les foyers et 31% dans la restauration et l'hôtellerie. En ce qui concerne le conditionnement de l'eau, 70,21% est conditionnée dans des bouteilles ou des emballages de moins de 2 litres et le reste en carafes. La plupart des emballages sont en plastique : 80% en Polyéthylène Téréphthalate (PET), 10,1% en polyéthylène ; en verre, 6,6% utilise du verre retournable, tandis que 1,5% sont conditionnés en carton, polypropylène et polycarbonate.

Il faut souligner le fait qu'il se vend de plus en plus d'eau au travers du canal de la restauration où il s'est produit une croissance importante ces dernières années et où il est de plus en plus habituel de disposer d'une carte d'eaux. Ainsi, selon des données du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation, 68% de l'eau embouteillée en Espagne est consommée dans les foyers et 31% dans la restauration et l'hôtellerie. En ce qui concerne le conditionnement de l'eau, 70,21% est conditionnée dans des bouteilles ou des emballages de moins de 2 litres et le reste en carafes. La plupart des emballages sont en plastique : 80% en Polyéthylène Téréphthalate (PET), 10,1% en polyéthylène ; en verre, 6,6% utilise du verre retournable, tandis que 1,5% sont conditionnés en carton, polypropylène et polycarbonate.

### Boissons rafraîchissantes: croître et innover

La production du secteur a crû de 6,03% en 2006, selon le rapport statistique de ANFABRA, l'Association Nationale de Fabricants de Boissons Rafraîchissantes non Alcoolisées. Selon ces données, la production totale de boissons rafraîchissantes, incluant les saveurs traditionnelles, les boissons sportives, les boissons énergétiques et autres catégories minoritaires a atteint 4.769 millions de litres, vendus pour la plupart sur le marché national. Les ventes sur ce marché intérieur ont connu une croissance de 7,11% tandis que les exportations ont souffert une forte baisse allant jusqu'à 64% par rapport à l'année précédente, en 2003. La plus grande partie des ventes a été réalisée dans le secteur de l'alimentation (67,57%) tandis que le secteur de l'hôtellerie a absorbé 32,40%. En ce qui concerne les conditionnements les plus utilisés, le plastique continue à occuper la première place (49,33%), suivi du métal (aluminium et acier), (30,89%), et du verre réutilisable (12,09%). Par rapport à l'année précédente, il s'est produit un recul dans l'emploi des conditionnements en plastique autres que le PET et une croissance allant jusqu'à 87% dans l'emploi du carton.

## ENOMAQ en chiffres

Après quinze éditions et à chaque nouvelle célébration, ENOMAQ continue sa croissance dans tous ses paramètres. Dans sa dernière convocation de 2004, avec une superficie nette de 15.830 m<sup>2</sup>, 7% de plus que dans son édition précédente, le Salon a réuni un total de 661 exposants, provenant de 20 pays, parmi lesquels 316 entreprises étrangères. 90 pour cent de celles-ci provenaient d'Europe, tandis que 6% sont venus d'Amérique et 4% d'Asie et d'Océanie. Parmi les entreprises étrangères qui se sont rendues à ENOMAQ en 2004, on a pu remarquer celles provenant d'Italie, de France, d'Allemagne et du Portugal, bien qu'il y eut aussi une bonne représentation des entreprises d'Amérique du Nord.



## Les chiffres de TECNOVID

Lors de la dernière édition de 2004, TECNOVID a de nouveau fait preuve de sa bonne santé en réunissant 187 exposants, dont 78 étrangers provenant de 19 pays. Le Salon a disposé d'une surface nette d'exposition de 6.884 m<sup>2</sup> dont 84% ont été occupés par des entreprises espagnoles et les 16% restant par des entreprises étrangères. La France et l'Italie ont été les pays avec la plus grande représentation, suivis à distance par l'Allemagne, le Portugal et le Royaume-Uni.

### Huile : les exportations d'emballage augmentent

Selon les données de ASOLIVA, l'Association Espagnole de l'Industrie et le Commerce d'Exportation de l'Huile d'Olive d'Espagne, les exportations d'huile conditionnée ont augmenté de façon spectaculaire leur importance dans le total exporté après avoir dupliqué dans les 5 dernières années et en continuant leur tendance à la hausse, avec une croissance de 9,9% dans le dernier exercice. Les principales destinations de l'huile espagnole conditionnée sont l'Australie, les Etats-Unis, le Brésil, le Japon et la France tandis que l'Italie reste le principal marché pour l'huile d'olive, suivi de la France, du Portugal et du Royaume-Uni.

En termes globaux, et selon un rapport du département de Commerce Extérieur, la campagne correspondant à 2004 s'est clôturée avec 632.908 tonnes exportées, ce qui a représenté un véritable record et une augmentation de 17,7% par rapport à l'exercice précédent. La valeur s'est élevée à 1.582 millions d'euros.

Cependant, la campagne de 2005 a été maigre et s'est caractérisée par la forte montée des prix à l'origine, ce qui a provoqué des chutes en exportation allant jusqu'à 14%. Les données les plus récentes suivent cette même tendance, puisque les entreprises de ANIERAC, Association Nationale des Industries de l'Emballage et Raffineurs d'Huiles Comestibles, la principale association patronale du secteur de l'emballage, ont vendu en avril 52,6 millions de litres d'huile comestible, neuf millions de litres de moins que pour le même mois de 2005. Malgré cela, on attend une récupération rapide du secteur puisque les prévisions de récolte pour la prochaine campagne mettent en évidence une production très abondante qui rendra toute sa vigueur au marché.

### Bière: un marché consolidé

La consommation de bière en 2004 a atteint 3.070 millions de litres, situant la consommation par tête à 59 litres par habitant et par an. Malgré le fait qu'il existe dans l'UE une tendance à la baisse dans la consommation de bière, le secteur brassicole espagnol, totalement consolidé, a expérimenté des croissances modérées d'environ 4% sur les douze dernières années. L'Espagne maintient sa troisième place comme pays producteur en Europe, après l'Allemagne et le Royaume-Uni, et est leader dans la production de bière sans alcool.

Selon les données disponibles les plus récentes de l'Association Nationale Patronale de l'Industrie Brassicole en Espagne (Brasseurs d'Espagne), en 2003 la production de bière a atteint 30,7 millions d'hectolitres dont 16% étaient exportés. En 2003, aussi bien la consommation intérieure que les exportations ont augmenté, rattrapant la chute de l'année précédente et enregistrant une croissance de 6,5% dans la consommation atteignant jusqu'à 78 litres par personne. Le chiffre d'affaires du secteur brassicole dans cette même période a été de 2.400 millions d'euros avec 74% des ventes réalisées au travers de l'hôtellerie et les 26% restant au travers du canal de l'alimentation. En ce qui concerne le conditionnement, le verre est le matériel le plus utilisé (48% de la bière est conditionnée dans du verre), avec une proportion de 57% de verre réutilisable et le reste étant recyclable d'un seul usage ; la canette représente 22% des emballages utilisés et les 30% restant sont conditionnés en tonneaux.

## Défis et stratégies du secteur

### Pari sur l'internationalisation

La conquête des marchés semble être l'alternative la plus puissante pour donner au secteur la poussée dont il a besoin. Pour cela, il faut définir les nouveaux modèles et stratégies d'entreprise qui détermineront le chemin à suivre pour réussir à vendre dans le reste du monde le vin espagnol.

Selon les experts, la qualité et un bon marketing sont les stratégies les plus efficaces.

La qualité est la meilleure arme de ventes comme le démontrent aussi les tendances dans les ventes de nos vins, avec des croissances marquées dans les vins AOC, aussi bien sur le marché intérieur que dans les exportations. Heureusement, la recherche de la qualité est le chemin entrepris depuis longtemps par beaucoup de viticulteurs et propriétaires de caves espagnols, qui savent que la qualité est une condition indispensable pour pouvoir lutter sur les marchés concurrentiels internationaux et faire face à la concurrence des « nouveaux pays du vin », comme l'Afrique du Sud, le Canada, l'Australie ou la Nouvelle Zélande, qui continuent d'augmenter leurs exportations et de gagner des parts de marché.

En ce qui concerne le marketing, il apparaît actuellement aussi essentiel de déployer une stratégie de promotion de haut niveau qui attire le consommateur et lui convienne. Pour cela, si d'un côté l'objectif prioritaire des entreprises du secteur est de gagner la bataille des marchés extérieurs, d'un autre côté on reconnaît le besoin d'aide et il est réclamé de plus grands efforts de la part de l'Administration en matière de dotation de fonds et d'instruments pour la promotion extérieure, en plus d'une politique vitivinicole nationale flexible et conforme à la future OCM qui serve de stimulant pour la commercialisation et l'amélioration de la compétitivité. En définitive, le secteur vitivinicole traverse une période de grands défis économiques et commerciaux, ce qui implique la recherche de formules de soutien aux structures commerciales qui permettront de changer la situation actuelle et de profiter des opportunités de commerce se présentant.

## Marché extérieur

### Moins de volume mais de plus de valeur et de qualité

En suivant le sillage de l'année dernière où il s'est produit un tournant vers la vente de vin d'une plus grande qualité et où il avait déjà été annoncé une chute des ventes de vin de table en vrac, une même dynamique se maintient dans les premiers mois de 2006: amélioration de l'offre d'exportation grâce à une augmentation des ventes de vin d'appellation d'origine contrôlée mais avec une baisse du volume vendu.



2005 s'est finie avec une croissance de 1,25% pour la valeur de nos exportations et une chute de 1,69% dans le volume exporté qui a atteint 1.444 millions de litres pour une valeur de 1.578 millions d'euros. En ce qui concerne les pays de destination, la concentration s'est maintenue sur quatre marchés fondamentaux: Allemagne, Royaume-Uni, Etats-Unis et France, ce qui suppose plus de 50% de la valeur exportée, bien qu'en termes de volume la France, l'Allemagne, le Portugal et le Royaume-Uni sont les pays qui absorbent 57% du total.

En 2006, nous suivons la même tendance et, selon les données de la Fédération espagnole du Vin (FEV), pendant le premier trimestre un total de 304,75 millions de litres, soit 3,2% de moins que durant la même période que l'année dernière, a été exporté pour une valeur de 338,68 millions d'euros, ce qui suppose 3,5% de plus. En ce qui concerne le prix moyen, il est fixé à 1,11 euros par litre, ce qui représente une croissance de 6,9%.

L'augmentation du chiffre d'affaires repose sur les vins d'appellation d'origine contrôlée dont la valeur augmente de 13% et sur les vins aromatisés qui évoluent aussi de façon positive, avec une augmentation de 14,8%. Les pertes viennent du côté des vins de table en vrac qui enregistrent des chutes de 6,8%, les vins de tables conditionnés baissant de 4% et les mousseux enregistrant des baisses allant jusqu'à 10,5%.

Par marché, on remarque l'augmentation des exportations vers les Etats-Unis, marché qui a déjà eu un excellent comportement en 2005, avec l'accroissement en 2006 de 29% en valeur et de 22% en volume ; les ventes au Royaume-Uni augmentent aussi avec un accroissement de 11% en valeur et 10% en volume de même qu'au Canada avec des accroissements spectaculaires dans les exportations qui atteignent 64% en valeur et 59% en volume. Tous ces marchés se nourrissent fondamentalement de vins AOC.

ENOMAQ, Salon international des aux caves et à la mise en bouteille  
TECNOVID, Salon international des techniques et équipements viticoles

Apartado de Correos 108  
50080 SARAGOSSE (Espagne)

Tel: +34 976 76 47 00  
Fax: +34 976 33 06 49

E-Mail: comunicacion@feriazaragoza.com

Dates : 13-16 février 2007

www.enomaq.com