



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada



Bureau
des marchés
Internationaux

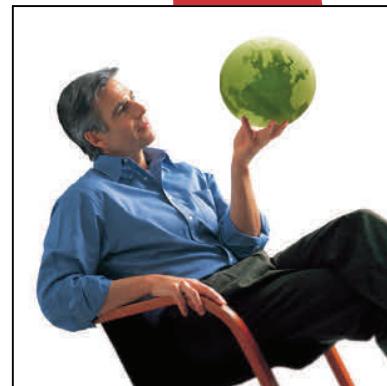
RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | FÉVRIER 2013

Tendances de consommation

Vin, bière et spiritueux en Corée du Sud



Source : Shutterstock





► **RÉSUMÉ**

La République de Corée, que l'on appelle aussi Corée du Sud, est la quatrième économie d'Asie. Sa population compte 48,5 millions d'habitants, dont 82 % vivent en zone urbaine. En 2011, on recensait 38,6 millions de Sud-Coréens âgés de 19 ans et plus (chiffre estimatif), qui est l'âge légal de consommation d'alcool en Corée du Sud.

Selon le bulletin économique de mai 2012 du Centre d'éducation et d'information économique de Corée du Sud, ce pays connaît une hausse régulière de l'emploi, un ralentissement de l'inflation et une stabilité des prix à la consommation. Toutefois, le secteur minier, le secteur manufacturier, les ventes au détail et les exportations ont accusé un léger repli au cours du premier trimestre de 2011. Le gouvernement coréen a prévu un ralentissement de l'activité économique durant la deuxième moitié de 2012 (The Republic, 5 juin 2012). On attribue à la crise de la dette en Europe la baisse prévue des exportations coréennes. Le gouvernement a pris l'engagement de surveiller de près la situation économique à l'échelle locale et mondiale et de renforcer les mesures stratégiques pour continuer à stimuler la relance économique du pays.

Dans l'ensemble, le marché des boissons alcoolisées en Corée du Sud connaît de bons taux de croissance dans tous les domaines, avec d'importantes augmentations du volume et de la valeur en 2011. Un changement dans la culture sud-coréenne a provoqué un revirement dans les habitudes de consommation d'alcool – on privilégie maintenant des produits de qualité. Cette tendance a entraîné une augmentation des ventes pour la majorité des boissons alcoolisées dans un certain nombre de grandes catégories.

Les consommateurs sud-coréens à revenu élevé préfèrent les marques très haut de gamme de whisky, qui ont conquis une part importante du marché en 2011. Les spiritueux coréens traditionnels ont également affiché une certaine croissance, tandis que les consommateurs sud-coréens continuaient de manifester une vive préférence pour le soju, une boisson alcoolisée à base de riz. En 2011, les ventes d'alcools blancs ont affiché une forte croissance, en hausse de 14 % par rapport à 2010. La majorité des ventes dans cette catégorie révèle que la vodka est le choix de prédilection, avec une part de marché de 68,5 % en 2011.

Le volume total des ventes sur le marché sud-coréen des boissons alcoolisées devrait continuer à croître, la bière, le takju et le soju étant les principaux moteurs de cette croissance.

► **DANS CE NUMÉRO**

<i>Résumé</i>	2
<i>L'économie</i>	3
<i>Aperçu du marché</i>	3
<i>Tendances de consommation</i>	6
<i>Tendances des ventes au détail</i>	7
<i>Données sur les importations</i>	8
<i>Innovation</i>	12
<i>Vins</i>	13
<i>Bière</i>	15
<i>Spiritueux</i>	17
<i>Bibliographie</i>	19



Source: Shutterstock

► **LE SAVIEZ-VOUS?**

- En 2011, la gamme de prix des vins rouges les plus populaires en Corée du Sud variait de 17 à 34 \$ US (cépage Cabernet Sauvignon).
- Les apéritifs et les boissons à faible teneur en alcool connaissent une certaine vogue chez les jeunes adultes, en particulier les femmes.



► L'ÉCONOMIE

La Corée du Sud est la 14^e économie de marché au monde selon le produit intérieur brut (PIB) nominal et la 4^e économie d'Asie. Elle est l'un des rares pays développés à avoir échappé à la récession durant la crise économique mondiale de 2008. L'indice de développement humain (IDH) de Corée du Sud a été de 0,897 en 2010. L'IDH mesure trois paramètres fondamentaux du développement humain : la santé, l'instruction et le revenu. La note obtenue par la Corée du Sud la place au 15^e rang des 187 pays pour lesquels on possède des données comparables. Ce classement place la Corée du Sud au-dessus de la moyenne régionale asiatique et est un important indicateur de réussite, à la fois en Corée du Sud et dans toute l'Asie.

L'économie sud-coréenne a affiché un taux de croissance de 3,6 % en 2011, lequel devrait légèrement reculer à 3,3 % en 2012, avant de remonter à 4 % en 2013 (Organisation de coopération et de développement économiques, 2012). En général, la conjoncture économique a été mitigée. L'emploi a augmenté et les prix à la consommation sont demeurés stables dans une fourchette de 2 % (mars et avril 2012). Le taux d'inflation a chuté, mais il est sensible aux prix internationaux du pétrole. La production a reculé de 3,1 % au mois de mars par rapport au mois précédent, à la fois dans le secteur minier et dans le secteur manufacturier. En mars 2012, on a également assisté à un repli de 2,7 % des ventes au détail par rapport au mois précédent. Les exportations ont chuté de 4,7 % en avril, d'après un examen sur 12 mois, tandis que les prix des obligations ont augmenté au mois d'avril, tout comme la demande d'actifs sûrs.

► APERÇU DU MARCHÉ

Le World Fact book de la CIA présente la Corée du Sud comme un pays de 48,9 millions d'habitants en 2012, ce qui en fait la 25^e nation la plus peuplée du monde. D'après la Banque mondiale, la République de Corée, qu'elle classe parmi les pays à haut revenu, comptait une population urbaine dense, qui représentait 82 p.10 de ses 49,7 millions d'habitants en 2011. Séoul, la plus grande ville du pays, comptait 9,7 millions d'habitants en 2011, ce qui lui vaut de figurer parmi les 15 villes les plus populées du monde. Les deux plus grands aéroports sud-coréens, l'aéroport international Incheon et Gimpo, sont situés dans la zone métropolitaine de Séoul. D'importants volumes de marchandises internationales transitent également par les ports de la région. Séoul n'est pas seulement la capitale et la plus grande ville de Corée du Sud, mais son principal centre industriel.

En 2011, l'Organisation pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) a estimé que la Corée du Sud était le 10^e importateur mondial. La conjoncture économique sud-coréenne a eu des répercussions favorables sur le marché des boissons alcoolisées, les boissons de premier choix affichant une tendance à la hausse de la consommation en 2011. La signature récente d'accords de libre-échange avec les États-Unis (mars 2012) et l'Union européenne (juillet 2011) a entraîné l'élimination ou la baisse des droits tarifaires et donné une impulsion nouvelle aux ventes de vin et de whisky. Ces compressions tarifaires ont réduit d'environ 10 % les prix des vins européens et américains, incitant les consommateurs sud-coréens à goûter une variété de nouveaux vins provenant de différents pays (The Korea Herald, 2012). Ces phénomènes continueront d'attiser la croissance du secteur des boissons alcoolisées dans un avenir prévisible.

En Corée du Sud, la taxe sur l'alcool est calculée en pourcentage du prix net. Les spiritueux importés sont taxés à 72 %, tandis que la bière a bénéficié d'une baisse de taxe de 150 à 72 %. Le vin est taxé à hauteur de 30 %, le takju à 5 % et le soju, le whisky, le cognac et le brandy à 72 %. Le gouvernement sud-coréen propose une politique de faibles taxes sur les boissons à faible teneur en alcool et de taxes élevées sur les boissons à forte teneur en alcool pour décourager la consommation de ces dernières.

Les entreprises nationales dominent le marché sud-coréen des boissons alcoolisées, comme en témoignent les catégories de la bière, du takju et du soju. Toutefois, la sophistication grandissante des consommateurs se manifeste dans la vogue croissante des produits importés comme la bière blonde, la vodka, le rhum et le gin.



► APERÇU DU MARCHÉ (suite)

Corée du Sud – Taille du marché – Boissons alcoolisées – Ventes historique – Valeur et volume hors débits en millions de dollars

Mesure	2007	2008	2009	2010	2011
Total des boissons alcoolisées*					
Volume hors débits – litres	1 697,0	1 757,1	1 705,2	1 807,1	1 884,5
Valeur hors débits – \$ US	5 614,1	5 743,7	5 657,8	5 859,9	6 119,6
Bière					
Volume hors débits – litres	887,1	916,5	885,8	903,4	918,1
Valeur hors débits – \$ US	2 849,6	2 873,5	2 890,3	2 997,2	3 131,3
Spiritueux					
Volume hors débits – litres	633,9	648,5	608,3	609,2	626,8
Valeur hors débits – \$ US	1 674,9	1 794,4	1 729,8	1 734,9	1 795,9
Vin					
Volume hors débits – litres	173,9	189,5	208,5	292,2	337,4
Valeur hors débits – \$ US	1 076,9	1 060,2	1 022,7	1 114,1	1 179,1

Source : Euromonitor International, 2012.

*Le total des boissons alcoolisées comprend également les boissons prémélangées et les cidres.

Corée du Sud – Taille du marché – Boissons alcoolisées – Prévisions – Valeur et volume hors débits en millions de dollars

Mesure	2012	2013	2014	2015	2016
Total des boissons alcoolisées*					
Volume hors débits – litres	1 940,9	1 990,2	2 036,1	2 085,0	2 136,3
Valeur hors débits – \$ US	6 405,1	6 691,0	6 986,2	7 291,1	7 608,5
Bière					
Volume hors débits – litres	931,9	944,7	956,8	967,1	975,5
Valeur hors débits – \$ US	3 278,5	3 424,6	3 573,2	3 720,6	3 867,2
Spiritueux					
Volume hors débits – litres	628,4	633,2	642,4	658,0	680,5
Valeur hors débits – \$ US	1 859,8	1 927,7	2 002,9	2 084,5	2 173,8
Vin					
Volume hors débits – litres	378,4	410,1	434,9	457,8	478,3
Valeur hors débits – \$ US	1 253,3	1 325,2	1 396,4	1 472,2	1 553,4

Source : Euromonitor International, 2012.

*Le total des boissons alcoolisées comprend également les boissons prémélangées et les cidres.

Corée du Sud – Ventes de boissons alcoolisées par catégorie – Pourcentage de la croissance totale du volume

Catégorie	Croissance totale 2010-2011 (%)
Bière	1,6
Spiritueux	3,3
Vin	16,6

Source : Euromonitor International, 2012.

¹« Hors débits » désigne les produits achetés dans les magasins et non pas dans les pubs, les restaurants et les bars, etc.



► APERÇU DU MARCHÉ (suite)

Corée du Sud – Marges types hors débits des grossistes et des détaillants (%) – Selon certaines catégories – 2012

	Bière	Vin	Whisky	Brandy/ cognac	Alcools blancs	Rhum	Tequila	Liqueurs	Autres spiritueux
Grossiste	10	15	19	20	18	15	17	18	8
Détaillant	24	23	17	23	20	16	19	20	17

Source : Euromonitor International, 2012.

Corée du Sud – Boissons alcoolisées comparaison des tailles du marché – Ventes historiques – Valeur hors débits – Prix unitaire par litre – \$ US

Catégorie	2007	2008	2009	2010	2011
Bière	3,2	3,1	3,3	3,3	3,4
Spiritueux	2,6	2,8	2,8	2,8	2,9
Vin	6,2	5,6	4,9	3,8	3,5

Source : Euromonitor International, 2012.

Corée du Sud – Boissons alcoolisées comparaison des tailles du marché – Prévisions – Valeur hors débits – Prix unitaire par litre – \$ US

Catégorie	2012	2013	2014	2015	2016
Bière	3,5	3,6	3,7	3,8	4,0
Spiritueux	3,0	3,0	3,1	3,2	3,2
Vin	3,3	3,2	3,2	3,2	3,2

Source : Euromonitor International, 2012.

Boissons alcoolisées – Comparaison des tailles du marché – Corée du Sud, Asie-Pacifique et du Monde – Ventes historiques – Volume hors débits en millions de litres

Catégorie	Région	2007	2008	2009	2010	2011
Bière	Monde	113 148,90	115 842,80	116 273,7	117 538,1	119 463,2
	Asie-Pacifique	30 853,00	32 013,50	33 254,40	34 620,00	36 134,30
	Corée du Sud	887,1	916,5	885,8	903,4	918,1
Spiritueux	Monde	13,7	13,9	14,2	14,6	15,1
	Asie-Pacifique	6,7	6,9	7,3	7,7	8,1
	Corée du Sud	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Vin	Monde	18 554,9	18 822,3	19 064,9	19 651,8	20 140,7
	Asie-Pacifique	2 254,60	2 401,90	2 599,80	2 874,20	3 156,00
	Corée du Sud	173,9	189,5	208,5	292,2	337,4

Source : Euromonitor International, 2012



► TENDANCES DE CONSOMMATION

Une étude réalisée par l'Australasian Professional Society on Alcohol and other Drugs publiée en décembre 2011 montre que le nombre moyen de boissons consommées sur une base occasionnelle est de 5,96 pour les femmes et de 8,58 pour les hommes. Les Coréens ont tendance à boire de l'alcool lors d'événements sociaux et professionnels. En fait, pour certains hommes d'affaires coréens, la consommation d'alcool est considérée comme une judicieuse façon d'apprendre à connaître et à évaluer d'éventuels partenaires d'affaires (SeoulKoreaAsia.com, 2012). Cependant, la culture entourant la consommation d'alcool en Corée du Sud évolue, car les Sud-Coréens commencent à apprécier le goût et la qualité des boissons alcoolisées haut de gamme, qui ont de plus en plus la cote.

Le plus souvent, les Coréens consomment de l'alcool dans des bars ou dans des tentes, appelées tentes à soju, et il est d'usage de prendre en même temps une collation. Parmi les boissons alcoolisées coréennes en vogue, citons la bière coréenne, le soju et les vins coréens.

Les apéritifs et les boissons à faible teneur en alcool sont en vogue chez les jeunes consommateurs d'âge adulte, en particulier les femmes. Les jeunes adultes âgés de 20 à 34 ans représentent le plus important groupe de consommateurs en Corée du Sud et formaient 22 % de la population totale en 2011. La popularité de ces boissons a entraîné une augmentation de la demande de vodka et de gin, dont les ventes ont connu une hausse de 18 % en 2011. Les jeunes adultes continueront d'être l'un des plus importants groupes de consommateurs en Corée du Sud, et Euromonitor affirme que la préférence pour les apéritifs et les boissons à faible teneur en alcool est une tendance qui se maintiendra. L'innovation dans le domaine des nouveaux produits et des extensions de marque, la segmentation et les produits spécialisés pourraient créer de nouveaux débouchés pour les fabricants de boissons alcoolisées.

Les fabricants sud-coréens de boissons alcoolisées dominent le secteur de la bière et des vins traditionnels (sans raisins). On prévoit que les consommateurs continueront de boire de la bière blonde standard nationale, du takju et du soju. Les grandes multinationales devraient demeurer un marché spécialisé à court terme, mais elles accroîtront leur présence à mesure que les consommateurs sud-coréens découvriront les produits importés et que leurs goûts évolueront.

En 2011, parmi les nouveaux produits lancés, mentionnons l'ajout de nouveaux arômes, ce qui renforce la présence de boissons alcoolisées plus exceptionnelles et spécialisées sur les étalages des magasins. La consommation de boissons alcoolisées par les Sud-Coréens a changé; on boit moins durant les repas afin de pouvoir déguster une boisson après, ce qui a contribué à la popularité croissante des marques de luxe et des boissons à plus faible teneur en alcool. Cette tendance explique également le revirement constaté dans la consommation des boissons alcoolisées, auparavant excessive et désormais plus modérée.



► TENDANCES DES VENTES AU DÉTAIL

Les hypermarchés sont le lieu préféré des consommateurs pour l'achat de boissons alcoolisées, afin de profiter de prix moins élevés à l'unité. Les dépanneurs connaissent néanmoins une vogue croissante comme source facilement accessible de produits alcoolisés d'impulsion, comme la bière. Ces deux phénomènes affectent les ventes des détaillants spécialisés. Euromonitor prévoit que les ventes de boissons alcoolisées dans les hypermarchés continueront de croître.

En guise de réponse, les principaux magasins spécialisés d'alcool offrent des services à valeur ajoutée, comme des séances d'information sur les vins et les fromages d'accompagnement, en sus de gammes de produits élargies qui comportent des produits spécialisés. Le principal détaillant spécialisé en Corée du Sud en 2011 était Kaja Juryu, avec 100 succursales à travers le pays.



► TENDANCES DES VENTES AU DÉTAIL (suite)

**Corée du Sud – Ventes hors débits de boissons alcoolisées
selon le mode de distribution – Analyse de la valeur – %**

Mode de distribution	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Magasins de discompte	-	-	-	-	-	-
Spécialistes des aliments/boissons/ produits du tabac	2,5	2,4	2,3	2,2	2,2	2,1
Hypermarchés	31,7	33,0	35,2	36,0	37,0	38,6
Petites épiceries	48,0	47,8	45,8	45,9	45,4	44,4
Dépanneurs	14,4	14,5	14,7	15,1	15,3	15,5
Débits de vente au détail	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Petites épiceries indépendantes	33,5	33,2	31,0	30,7	30,0	28,8
Supermarchés	17,8	16,8	16,7	15,9	15,4	14,9

Source : Euromonitor International, 2012

**Corée du Sud – Ventes hors débits de boissons alcoolisées par catégorie et mode de distribution
– Analyse du volume – % – 2011**

Mode de distribution	Bière	Boissons alcoolisées aromatizées	Spiritueux	Vins
Magasins de discompte	0,0	0,0	0,0	0,0
Spécialistes des aliments/boissons/ produits du tabac	0,3	0,4	0,4	11,8
Hypermarchés	32,0	35,0	50,0	47,2
Petites épiceries	55,9	52,1	31,3	23,8
Dépanneurs	15,3	22,0	13,5	8,3
Débits de vente au détail	0,1	0,1	0,1	0,1
Petites épiceries indépendantes	40,5	30,0	17,8	15,4
Supermarchés	11,8	12,5	18,3	17,3

Source : Euromonitor International, 2012





► DONNÉES SUR LES IMPORTATIONS

Corée du Sud – Dix principales sources d'importations

- Bière à base de malt
- Valeur et volume

Pays	2007	2008	2009	2010	2011
Valeur en \$ US					
Japon	4 085 660	7 324 353	7 861 246	11 487 343	18 251 911
Pays-Bas	6 106 919	9 192 436	9 075 387	8 889 721	9 508 660
États-Unis	7 050 890	7 353 676	6 326 376	5 989 250	5 600 864
Chine	937 765	1 270 062	3 246 762	4 037 110	5 238 751
Irlande	1 922 919	2 005 542	1 983 519	3 053 033	5 056 715
Allemagne	1 611 114	2 201 949	2 387 525	2 973 509	4 504 894
Mexique	2 816 834	3 109 531	3 178 585	3 514 424	2 687 789
Belgique	2 580 897	3 246 674	887 150	873 171	1 810 813
Philippines	663 181	852 122	961 255	1 226 312	1 510 208
Canada	1 470 375	1 439 268	80 471	160 692	889 392
Volume en litres					
Japon	3 808 413	6 212 831	6 001 400	8 347 390	12 347 152
Pays-Bas	7 081 291	9 473 195	9 825 689	10 408 891	10 823 401
États-Unis	10 080 189	10 369 828	9 395 951	9 578 572	8 606 360
Chine	1 918 528	2 381 818	4 029 459	4 659 498	7 355 021
Allemagne	2 073 712	2 312 607	2 898 436	3 425 631	5 090 009
Irlande	1 548 447	1 838 420	2 164 516	2 968 222	4 367 066
Mexique	2 766 734	3 115 298	3 214 362	3 413 892	2 771 533
Belgique	2 265 783	2 760 007	1 101 918	1 095 369	2 219 807
Philippines	879 632	1 050 732	1 115 649	1 397 932	1 670 318
République tchèque	172 357	128 906	93 693	201 831	848 011

Source : Global Trade Atlas, 2012



► DONNÉES SUR LES IMPORTATIONS (suite)

Corée du Sud – Dix principales sources d'importations
– Alcool éthylique et autres spiritueux, dénaturés, de n'importe quel degré d'alcool
– Valeur et volume

Pays	2007	2008	2009	2010	2011
Valeur en \$ US					
Pakistan	4 647 658	16 822 598	12 664 400	10 489 749	29 487 296
Brésil	6 409 020	5 782 129	10 645 026	26 167 371	23 468 292
Vietnam	1 029 634	1 272 313	2 277 819	4 750 410	13 318 567
Royaume-Uni	1 840 284	0	77	1 788	4 179 185
Afrique du Sud	2 152 478	3 125 426	2 565 144	4 306 267	4 003 573
Japon	5 474	5 555	4 878 642	3 945 247	3 321 041
États-Unis	143 861	28 722	19 475	37 615	3 084 404
Thaïlande	0	2 140 334	0	0	3 042 374
Iran	21 110	1 840 349	0	0	947 778
Inde	0	0	0	0	457 943
Volume en litres					
Pakistan	10 004 333	30 100 124	22 402 377	14 171 633	36 594 531
Brésil	13 924 424	10 637 968	24 403 684	44 988 018	32 914 585
Vietnam	759 418	2 001 256	4 079 070	6 912 285	16 449 405
Afrique du Sud	3 577 373	5 444 128	5 357 638	5 923 553	4 708 864
Royaume-Uni	3 958 886	0	2	17	4 570 482
États-Unis	159 136	6 226	4 446	5 225	4 065 813
Thaïlande	0	3 918 352	0	0	3 690 788
Japon	1 020	703	7 303 949	4 421 704	3 300 758
Iran	33 600	3 114 594	0	0	1 142 990
Inde	0	0	0	0	548 421

Source : Global Trade Atlas, 2012



► DONNÉES SUR LES IMPORTATIONS (suite)

Corée du Sud – Dix principales sources d'importations
– Vins mousseux à base de raisins frais
– Valeur et volume

Pays	2007	2008	2009	2010	2011
Valeur en \$ US					
France	6 424 143	6 590 686	6 004 393	6 708 522	8 649 572
Italie	654 532	1 600 719	1 888 479	2 144 497	4 192 114
Afrique du Sud	61 193	117 123	416 303	452 711	685 891
Espagne	246 238	294 742	315 173	324 779	562 119
États-Unis	89 840	106 164	154 028	151 091	323 316
Australie	209 199	195 421	354 092	245 024	318 899
Allemagne	152 965	173 152	101 113	178 856	200 580
Chili	19 829	34 557	38 138	79 201	83 190
Nouvelle-Zélande	3 823	5 878	47 905	45 204	30 744
Argentine	4 881	9 556	28 001	14 100	23 563
Volume en litres					
Italie	98 639	239 079	339 359	497 452	860 370
France	283 395	270 967	256 533	274 745	351 593
Afrique du Sud	41 068	67 106	199 742	217 769	337 679
Espagne	52 813	52 303	61 336	83 227	152 916
Allemagne	36 473	34 387	24 094	70 544	52 525
États-Unis	11 711	15 610	34 148	24 479	49 741
Australie	30 033	28 642	75 376	43 350	48 971
Chili	6 768	11 300	12 730	21 380	10 077
Nouvelle-Zélande	234	308	16 561	15 517	9 925
Argentine	1 350	2 115	5 562	2 426	3 735

Source : Global Trade Atlas, 2012



► DONNÉES SUR LES IMPORTATIONS (suite)

Corée du Sud – Dix principales sources d'importations

– Vins à base de raisins frais (autres que le vin mousseux) et moût de raisin dont on a empêché la fermentation, etc. en y ajoutant de l'alcool, contenants ne dépassant pas 2 L
– Valeur et volume

Pays	2007	2008	2009	2010	2011
Valeur en \$ US					
France	52 655 696	58 957 147	30 480 448	29 078 037	34 192 926
Chili	24 932 199	29 246 629	23 712 084	23 706 261	28 754 378
Italie	18 924 143	22 229 746	15 620 622	16 767 409	17 282 435
États-Unis	15 683 459	14 663 582	10 470 656	10 488 182	11 484 506
Australie	9 930 700	10 708 562	7 135 478	6 707 557	7 402 197
Espagne	5 463 022	6 037 444	4 490 891	5 019 645	6 092 986
Allemagne	3 897 615	3 444 541	2 427 152	2 682 968	2 308 031
Argentine	2 231 094	2 379 892	2 019 049	1 386 100	2 115 949
Nouvelle-Zélande	866 313	938 587	982 905	859 010	1 264 605
Afrique du Sud	932 850	1 219 576	890 433	1 297 878	712 792
Volume en litres					
Chili	5 739 042	6 139 992	4 824 952	5 206 003	6 079 524
France	6 975 582	5 211 812	3 419 568	3 139 028	3 612 598
Italie	3 174 425	3 345 984	2 656 334	3 287 602	3 026 122
Espagne	2 534 076	2 243 510	2 011 961	2 686 838	2 675 341
États-Unis	4 100 668	3 091 320	2 483 879	2 405 900	2 372 541
Australie	1 893 457	1 780 439	1 471 192	1 223 980	1 145 198
Allemagne	966 012	667 232	650 743	685 427	450 695
Argentine	562 364	564 248	503 302	289 325	426 878
Afrique du Sud	340 453	305 501	303 504	432 729	217 734
Nouvelle-Zélande	94 941	87 129	103 665	94 822	154 017

Source : Global Trade Atlas, 2012

► INNOVATION



Les principaux fabricants lancent un plus grand nombre de produits haut de gamme et ciblent les consommateurs qui cherchent un mode de vie raffiné.

Corée du Sud – Boissons alcoolisées – Principaux nouveaux produits lancés en 2011

Producteur	Boisson alcoolisée	Détails
Baekhaju (Kooksoondang Brewery Co Ltd.)	Yakju	Traditionnelle : forme rétablie de yakju de la dynastie Koryo qui remonte à 1554. Ce produit est fait de riz glutineux et de nuruk coréen.
Baekhaju (Kooksoondang Brewery Co Ltd.)	Takju	Traditionnelle : forme rétablie de Dong-dong-ju de la dynastie Joseon. Elle est faite de riz sucré avec de petits morceaux de riz qui flottent à la surface. Dong dong signifie « flotter ».
Cheongsong Apple A-Rak (Baesangmyun Brewery Place Co Ltd.)	Shochu-soju	Traditionnelle/santé et mieux-être : Cheongsong est célèbre pour la production de pommes. Ce produit est fait à base de pommes, de riz et d'eau, dont l'approvisionnement est local.
Imperial 19 YO Quantum (Pernod Ricard Korea Ltd.)	Autres whiskies écossais mélangés	Produit de prestige/emballage : présenté comme un whisky très haut de gamme ciblant les hommes dans la trentaine et la quarantaine.
OB Golden Lager (Oriental Brewery Co Ltd.)	Bière blonde standard nationale	Faite à 100 % de houblon allemand et de malt doré, ce qui la distingue des autres bières nationales, cette bière contient d'importants volumes d'additifs. Elle plaît à l'ancienne génération, qui recherche la saveur douce et moelleuse de la bière traditionnelle.
Singleton 15 YO (Diageo Korea)	Whisky	Produit de prestige/sophistication de l'arôme : produit par l'une des plus anciennes distilleries de Diageo Plc, Glen Ord en Écosse. De couleur ambré profond et brillant, il laisse un arrière-goût fruité et agréable qui est suivi par un goût de noix de longue durée.
Soonhui (bohæe Brewery Co. Ltd.)	Takju	Traditionnelle : makgeoli pasteurisé qui a une durée de conservation relativement longue de 12 mois. Ce produit est fait à 100 % de riz national et d'eau naturelle.

Source : Euromonitor International, 2012

Quinze nouvelles boissons alcoolisées ont été lancées en Corée du Sud entre juin 2011 et juin 2012, dont 10 étaient de nouveaux produits, 3 offraient un nouvel emballage et 2 étaient une nouvelle variété ou une extension de gamme (Mintel, 2012).

Deux nouveaux arômes, le pamplemousse et un mélange de fruit de la passion/maracuja, faisaient partie des nouveaux produits lancés.

Huit des 15 nouveaux produits ont été lancés en 2012, et tous les nouveaux produits lancés appartenaient à la catégorie des bières.

Trois des nouveaux produits lancés en 2012 étaient de la bière sans alcool; l'un était une bière à faible teneur en calories (degré d'alcool de 4,2 %); et deux étaient des variétés haut de gamme.

VINS



En 2011, 93,4 % du vin consommé en Corée du Sud était du vin sans raisins. La plupart des vins coréens nationaux (vins sans raisins) sont faits de riz fermenté et peuvent contenir des fines herbes ou des fruits pour l'arôme. De nombreuses variétés ont également des propriétés médicinales. Le célèbre Bek Se Ju est considéré comme un vin médicinal traditionnel, fait de riz fermenté, de ginseng et de 11 fines herbes, notamment de la cannelle et de la réglisse. Un autre vin coréen populaire, fait de prunes mélangées à du soju, porte le nom de maesilju. Le makgeoli, vin de riz coréen vieux de plusieurs siècles qui connaît une renaissance en Corée du Sud, est surtout connu pour ses bienfaits présumés pour la santé. L'amélioration des recettes et sa valeur nutritive alléguée ont récemment fait grimper les ventes et en ont fait une boisson à la mode dans les bars huppés de Séoul.

En 2011, la gamme de prix des vins rouges les plus populaires en Corée du Sud allait de 17 à 34 \$ US (cépage Cabernet Sauvignon); pour le vin blanc, la gamme allait de 12 à 21 \$ US (cépage Chardonnay); pour le rosé, de 16 à 42 \$ US (cépage Zinfandel); et, pour le vin mousseux, de 12 à 21 \$ US. Selon Euromonitor International, la demande de vins importés est forte pour les vins chers et haut de gamme.

On dénombre plus de 400 importateurs et distributeurs de vins de raisins en Corée du Sud. En outre, plusieurs grands conglomérats qui exploitent des chaînes de distribution, notamment des chaînes de magasins, des grands magasins et des hypermarchés, se sont mis à importer leurs propres vins et à les distribuer pour répondre à la demande croissante dans le pays. Par exemple, les grands magasins Lotte Mart et Lotte ont enregistré d'excellentes ventes de leurs produits de marque privée dans les hypermarchés.



Corée du Sud – Taille du marché des vins
– Ventes historiques et prévisions selon le volume hors débits en millions de litres

Catégorie	2009	2010	2011	2012	2014	2016
Vin (total)	208,5	292,2	337,4	378,4	434,9	478,3
Vin sans raisins	188,2	270,9	315,1	355,1	409,6	451,2
Vin mousseux	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Vin de raisin tranquille léger	20,2	21,2	22,1	23,1	25,0	26,8

Source : Euromonitor International, 2012

Corée du Sud – Taille du marché des vins
– Ventes historiques et prévisions selon la valeur hors débits en millions de \$ US
(Prix courants Taux de change fixe en 2011)

Catégorie	2009	2010	2011	2012	2014	2016
Vin (total)	1 022,7	1 114,1	1 179,1	1 253,3	1 396,4	1 553,4
Vin sans raisins	537,8	609,1	649,5	699,2	785,1	870,9
Vin mousseux	6,7	7,7	8,6	9,8	12,1	14,0
Vin de raisin tranquille léger	478,2	497,3	521,0	544,3	599,1	668,5

Source : Euromonitor International, 2012

► VINS (suite)



**Corée du Sud – Parts du marché des vins selon la compagnie et la marque
– Répartition en pourcentage basé sur le volume des ventes totales**

Marque	Nom de l'entreprise	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Saeng Makkeoli	Kooksoondang Brewery Co. Ltd.	-	-	4,5	4,6	11,3	14,0
Jangsu Makkeoli	Seoul Takju Association	14,7	15,0	13,8	12,6	9,3	12,3
Pusan Takju	Pusan Takju Association	4,8	4,7	4,3	4,2	3,6	4,3
Daegu Takju	Daegu Takju Association	6,3	6,4	5,8	5,1	3,8	4,1
Bekseju	Kooksoondang Brewery Co. Ltd.	18,0	12,8	10,6	8,3	5,1	4,1
Chungha	Lotte Chilsung Beverage Co. Ltd.	-	-	-	3,5	2,5	2,2
Baekwhasooobok	Lotte Chilsung Beverage Co. Ltd.	-	-	-	3,4	2,3	2,0
Bohæ	Bohæ Brewery Co. Ltd.	1,3	1,8	1,7	1,3	1,0	0,9
Sansachun	Baesangmyun Brewery Place Co. Ltd.	3,9	2,8	1,9	1,4	0,8	0,7
Jacob's Creek	Groupe Pernod Ricard	0,4	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3
Donguibogam	Hite Brewery Co. Ltd.	-	-	-	0,4	0,3	0,3
Sanmaesu	Mt Sunun Special Vin	0,6	0,6	0,6	0,4	0,3	0,2
E & J Gallo	E & J Gallo Vinry Inc.	0,6	0,7	0,5	0,3	0,2	0,2
Villa Moscatel	Gianni Gagliardo	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Majuang	Lotte Chilsung Beverage Co. Ltd.	-	-	-	0,2	0,1	0,1
Kyungju Bupju	Kumbokju Co. Ltd.	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
San Pedro	Cía Cervecerías Unidas SA	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Montes Alpha	Montes SA	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Kukhyang	Lotte Chilsung Beverage Co. Ltd.	-	-	-	0,1	0,1	0,0
Hwarang	Kumbokju Co. Ltd.	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Chungha	Doosan Group	5,1	5,0	4,2	-	-	-
Baekwhasooobok	Doosan Group	4,9	4,8	4,1	-	-	-
Majuang	Doosan Group	0,3	0,3	0,2	-	-	-
Kukhyang	Doosan Group	0,2	0,2	0,1	-	-	-
Seolwha	Doosan Group	0,1	0,1	0,1	-	-	-
Chunkook	Hite Brewery Co. Ltd.	1,1	0,4	-	-	-	-
Chunkook	Jinro Co. Ltd.	-	-	-	-	-	-
Autres	Autres	37,2	43,4	46,4	53,1	58,6	54,0

Source : Euromonitor International, 2012

► BIÈRE



Euromonitor estime que les Sud-Coréens en âge de boire de l'alcool ont consommé 23,8 l de bière par habitant en 2011.

Brassée en Corée, la bière blonde standard a toujours constitué la majeure partie des ventes de bière en Corée du Sud, et aucune bière blonde importée ne lui fait concurrence. Les ventes de bière blonde nationale haut de gamme ont également dépassé les ventes de bière blonde haut de gamme importée, mais seulement de peu, et l'écart se rétrécit. Les bières blondes les plus en vogue sont Cass, OB, Hite et Cafri. Les brasseurs nationaux Hite Brewery et Oriental Brewery sont les principaux joueurs sur le marché de la bière. Les pays d'origine de la bière importée en Corée du Sud se chiffraient à plus de 30 en 2011.

La bière est en passe de devenir un segment de marché éminemment concurrentiel de Corée du Sud. Les producteurs ciblent les plus jeunes consommateurs et abaissent la teneur en alcool, offrant des échantillons gratuits et des mini-emballages afin de faire augmenter les ventes. La production nationale de bière a légèrement augmenté en 2010 en raison de la popularité du takju.

Euromonitor prévoit peu de changements dans la demande sud-coréenne de bières premier choix dont la qualité est le principal argument de vente. Les bières blondes standard resteront le principal contributeur aux ventes globales de ce secteur. La consommation de bière en Corée du Sud affichera une croissance faible, mais positive, au cours des cinq prochaines années.

Les entreprises étrangères ont connu un succès mitigé dans leurs partenariats avec les brasseurs sud-coréens. En 2006, Carlsberg a décidé de vendre ses intérêts dans la brasserie Hite de Corée du Sud, dont elle avait acheté des parts en 1999 dans l'espoir de parvenir à un contrôle majoritaire de la principale brasserie sud-coréenne. Toutefois, la famille Park, qui détient 27 % des parts de Hite et qui dirige la brasserie depuis 50 ans, a refusé d'en céder le contrôle. En 2009, Anheuser-Busch a vendu sa filiale sud-coréenne, Oriental Brewery. Toutefois, Oriental Brewery a obtenu les droits exclusifs pour la distribution de certaines marques, dont la Budweiser, la Bud Ice et la Hoegaarden.

Corée du Sud – Taille du marché de la bière – Ventes historiques et prévisions selon le volume hors débits en millions de litres

Catégorie	2009	2010	2011	2012	2014	2016
Bière (total)	885,8	903,4	918,1	931,8	956,8	975,5
Bière brune	1,2	1,5	1,7	1,9	2,3	2,5
Bière blonde selon l'origine	876,8	892,8	906,3	919,1	942,4	960,0
Bière sans alcool/à faible teneur en alcool	-	-	-	-	-	-
Bière brune stout	7,8	9,1	10,0	10,8	12,0	12,9

Source : Euromonitor International, 2012

Corée du Sud – Taille du marché de la bière – Ventes historiques et prévisions selon la valeur hors débits en millions de \$ US (Prix courants Taux de change fixe en 2011)

Catégorie	2009	2010	2011	2012	2014	2016
Bière (total)	2 890,3	2 997,2	3 131,3	3 278,5	3 573,2	3 867,2
Bière brune	10,7	12,6	14,7	17,0	21,6	25,5
Bière blonde selon l'origine	2 848,1	2 947,5	3 074,8	3 215,0	3 497,2	3 780,4
Bière sans alcool/à faible teneur en alcool	-	-	-	-	-	-
Bière brune stout	31,5	37,1	41,9	46,5	54,4	61,2

Source : Euromonitor International, 2012

► BIÈRE (suite)



**Corée du Sud – Parts du marché de la bière selon la compagnie et la marque
– Répartition en pourcentage basé sur le volume des ventes totales**

Marque	Nom de l'entreprise	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hite	Hite Brewery Co Ltd.	45,9	44,4	42,0	40,1	38,2	37,3
Cass	Oriental Brewery Co Ltd.	-	-	-	35,1	35,8	36,2
Max	Hite Brewery Co Ltd.	4,5	4,7	5,1	5,2	7,1	8,6
Hite Saeng	Hite Brewery Co Ltd.	8,6	8,7	9,3	8,9	9,0	6,6
Cafri	Oriental Brewery Co Ltd.	-	-	-	1,8	1,9	1,9
Dry Finish d	Hite Brewery Co Ltd.	-	-	-	-	-	1,1
OB Golden Lager	Oriental Brewery Co Ltd.	-	-	-	-	-	1,0
Budweiser	Anheuser-Busch InBev NV	-	-	0,9	1,0	1,0	1,0
Heineken	Heineken NV	0,3	0,4	0,3	0,4	0,6	0,6
Asahi Super	Asahi Breweries Ltd.	0,1	0,1	0,3	0,3	0,4	0,6
Miller Genuine Draft	SABMiller Plc	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5
Hoegaarden	Anheuser-Busch InBev NV	-	-	0,2	0,3	0,3	0,3
S beer	Hite Brewery Co Ltd.	-	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3
Sapporo	Sapporo Holdings Ltd.	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Corona Extra	Modelo SA de CV, Grupo	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Beck's	Anheuser-Busch InBev NV	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1
OB Blue	Oriental Brewery Co Ltd.	-	-	-	3,7	2,3	-
Cass	Anheuser-Busch InBev NV	-	-	31,7	-	-	-
OB	Anheuser-Busch InBev NV	-	-	3,9	-	-	-
Cafri	Anheuser-Busch InBev NV	-	-	1,7	-	-	-
Red Rock	Anheuser-Busch InBev NV	-	-	0,1	-	-	-
Exfeel	Hite Brewery Co Ltd.	0,1	0,1	0,0	-	-	-
Cass	InBev NV SA	25,5	29,0	-	-	-	-
OB	InBev NV SA	8,0	5,7	-	-	-	-
Cafri	InBev NV SA	1,8	1,7	-	-	-	-
Budweiser	Anheuser-Busch Cos Inc.	0,9	0,8	-	-	-	-
Red Rock	InBev NV SA	0,2	0,2	-	-	-	-
Beck's	InBev NV SA	0,1	0,1	-	-	-	-
Autres	Autres	3,6	3,1	3,3	2,0	2,1	3,2

Source : Euromonitor International, 2012



► SPIRUEUX

Euromonitor estime que les Sud-Coréens ont consommé 12,8 L de spiritueux par habitant en 2011. Cette consommation est nettement supérieure à celle de leurs voisins d'Asie-Pacifique, qui ont consommé en moyenne 2,1 L par habitant durant la même période. Les ventes de spiritueux en Corée du Sud sont passées de 0,3 % en 2010 à 3,5 % en 2011. La vogue croissante des produits alcoolisés haut de gamme et à bas prix explique la bonne performance des ventes de rhum (11,9 %) et d'alcools blancs (32,1 %), en 2011.

Les ventes de brandy et de cognac ont connu une baisse constante du fait que les spiritueux sont moins appréciés des consommateurs, à une exception près. Les produits de brandy très haut de gamme, comme le cognac XO, continueront d'être populaires auprès des consommateurs sud-coréens d'âge moyen.

Le soju est la boisson alcoolisée coréenne la plus populaire, en particulier chez les hommes d'affaires. Il constitue l'un des grands moteurs des ventes de spiritueux dans ce pays. À l'instar de la vodka, le soju est fait de céréales ou de patates douces, et sa teneur en alcool est de 15,5 %. La teneur en alcool des produits de soju a baissé pour répondre à la demande des consommateurs.

En 2010, la Corée du Sud a été le sixième marché mondial d'importation de scotch whisky selon la valeur et le neuvième, selon le volume. La Scotch Whisky Association, l'association professionnelle de l'industrie du scotch whisky au Royaume-Uni, a signé un accord de libre-échange en 2011 avec la Corée du Sud qui aura pour effet d'éliminer les tarifs douaniers d'importation de 20 % imposés par la Corée du Sud sur les spiritueux. La signature récente de l'accord de libre-échange entre les États-Unis et la Corée du Sud (mis en œuvre en mars 2012) a éliminé tous les tarifs douaniers sur les importations de whisky américain en Corée du Sud. L'accord de libre-échange conclu entre la Corée du Sud et l'Union européenne a entraîné une baisse marginale des prix unitaires moyens.

Corée du Sud – Taille du marché des spiritueux
– Ventes historiques et prévisions selon le volume hors débits en millions de litres

Catégorie	2009	2010	2011	2012	2014	2016
Spiritueux (total)	608 294,5	609 172,5	626 836,8	628 469,6	642 390,8	680 522,9
Brandy et cognac	112,4	82,8	70,1	64,9	59,0	54,8
Liqueurs	6,7	6,9	7,0	7,2	7,6	8,1
Rhum	19,9	21,8	23,6	25,4	29,3	33,4
Tequila (et mezcal)	14,1	14,9	15,7	16,8	19,6	23,1
Whisky	4 266,9	4 191,2	4 128,2	4 075,0	3 991,4	3 939,2
Alcools blancs	195,2	252,8	314,7	376,4	474,4	508,1
Autres spiritueux	603 679,2	604 602,1	622 277,4	623 903,8	637 809,6	675 956,1

Source : Euromonitor International, 2012





► SPIRITUEUX (suite)

Corée du Sud – Taille du marché des spiritueux
– Ventes historiques et prévisions selon la valeur hors débits en millions de \$ US
(Prix courants Taux de change fixe en 2011)

Catégorie	2009	2010	2011	2012	2014	2016
Spiritueux (total)	1 729,8	1 734,9	1 795,9	1 859,8	2 002,9	2 173,8
Brandy et cognac	9,3	7,5	6,6	6,3	6,1	6,0
Liqueurs	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Rhum	0,7	0,8	0,9	1,0	1,2	1,4
Tequila (et mezcal)	0,8	0,8	0,9	1,0	1,2	1,5
Whisky	195,4	195,5	196,1	202,7	216,2	231,7
Alcools blancs	6,8	9,1	12,0	15,0	20,3	23,5
Autres spiritueux	1 516,6	1 521,0	1 579,1	1 633,7	1 757,6	1 909,3

Source : Euromonitor International, 2012

Corée du Sud – Parts du marché des spiritueux selon la marque
(par nom de marque mondial)

– Répartition en pourcentage basé sur le volume des ventes totales

Marque	2009	2010	2011
Chamjinisulro	25,7	26,6	26,8
Chamisul Fresh	19,4	20,1	20,2
Choumchorum	14,6	15,5	16,1
Muhak White Soju	8,2	9,0	9,1
Charm Soju	8,6	8,2	8,1
Ipsaeju	6,0	6,2	6,3
C1 Soju	6,9	5,5	5,0
Windsor	0,5	0,5	0,5
San Soju	0,4	0,4	0,4
Imperial	0,4	0,4	0,4
Scotch Blue	0,3	0,3	0,3
Maehwasu	0,2	0,2	0,2
Maechuisoon	0,2	0,2	0,2
Jinro	0,1	0,1	0,1
Suljoongmae	0,1	0,1	0,1
Maesil Maul	0,1	0,1	0,1
Ballantine's	0,1	0,1	0,1
Dimple	0,0	0,0	0,0
Autres	8,1	6,3	5,9

Source : Euromonitor International, 2012





► BIBLIOGRAPHIE

Drinks Business Review. « Scotch Whisky Association signs FTA with South Korea ». 4 juillet 2011.
<http://regulatorsafety.drinks-business-review.com/news/scotch-whisky-association-sign-ftha-with-south-korea-040711>

Euromonitor Int'l. « Alcoholic Drinks in South Korea ». Février 2012.

Euromonitor Int'l. « Spirits in South Korea ». Category Briefing. Février 2012.

Euromonitor Int'l. « Beer in South Korea ». Category Briefing. Février 2012.

Euromonitor Int'l. « Spirits in South Korea ». Category Briefing. Février 2012.

Euromonitor Int'l. « Wine in South Korea ». Category Briefing. Février 2012.

Organisation pour l'alimentation et l'agriculture. Profil de pays – République de Corée. Juillet 2011.
<http://www.fao.org/countries/55528/fr/kor/>

Organisation pour l'alimentation et l'agriculture. Carte de la République de Corée.
<http://www.fao.org/countryprofiles/Maps/PRK/10/pt/index.html>

Just Drinks. www.just-drinks.com

Service d'informations statistiques de Corée. Résumé du recensement de la population.
http://kosis.kr/eng/database/database_001000.jsp?listid=B&subtitle=Population%2C%20Household

Mintel, Base de données mondiale des nouveaux produits, boissons alcoolisées en Corée du Sud, juin 2011 à juin 2012.

Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). « Perspectives économiques mondiales ».

SeoulKoreaAsia.com. « Drinking and Drinks in South Korean Culture ». <http://www.seoulkoreaasia.com/drinking.htm>

The Australasian Professional Society on Alcohol and other Drugs. « South Korean alcohol free associations: Negative expectancy not predicting drinks per occasion ». 14 décembre 2011.
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1465-3362.2011.00400.x/full>

The Himalayan Times. « South Korea's ancient farmer drink to hit US ». 5 février 2012.
<http://thehimalayantimes.com/rssReference.php?headline=S.+Korea%27s+ancient+%27farmer+drink%27+to+hit+US&NewsID=319295>

The Korea Herald. « FTA's drive up wine imports from U.S., Europe ». 10 septembre 2012.
<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20120910001309&cpv=0>

The Republic. « South Korean president asks government to be prepared for slowing growth ». 5 juin 2012.
<http://www.therepublic.com/view/story/d0d7661273c74fe6bde495b2a417daa5/AS--SKorea-Economy>

Programme des Nations Unies pour le développement. Profil de pays : Indicateurs du développement humain.
<http://hdrstats.undp.org/fr/countries/profiles/KOR.html>

Département de l'Agriculture des États-Unis.

Organisation mondiale de la santé. « Global Status Report on Alcohol and Health 2011 ». République de Corée, contexte socio-économique. http://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/en/index.html

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

**Tendances de consommation :
Vin, bière et spiritueux en Corée du Sud**

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par
le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2013).
ISSN 1920-6623
No AAC. **11963F**

Références photographiques

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies.
À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou pour demander un exemplaire sur support de substitution, veuillez communiquer :
Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4^e étage
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:
Consumer Trends: Wine, Beer and Spirits in South Korea

Canada 