

# Tableau de bord

> Le tableau de bord de la filière Vins de FranceAgriMer

Juin 2011

## Unité Cultures et Filières Spécialisées

### Marchés à la production vrac

	Volumés*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG)	↘ (-5%)	↘ (-17%)	↗ (+5%)
Vins de France (SIG) cépage	↗ (% ns)	↗ (% ns)	↗ (% ns)
Vins de France IGP	↘ (-4%)	↗ (+3%)	↗ (+2%)
Vins de France IGP cépages	↗ (+3%)	↗ (+11%)	↗ (+22%)
Vins de France AOC	↗	↗	↗

(\*) Évolution des échanges cumulés par rapport à 9 mois de campagne 2009/10 pour les VSIG et les IGP, 8 mois pour les AOC.

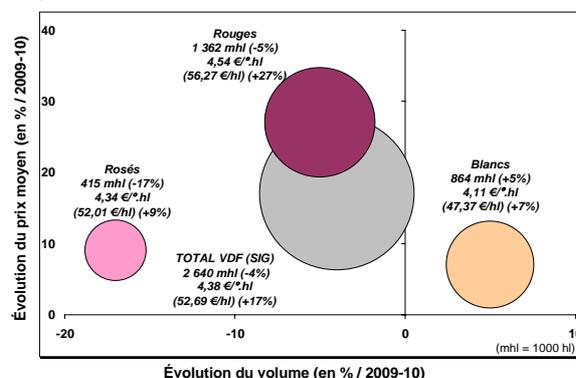
	Prix*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vin de France (SIG)	↗ (+27%)	↗ (+9%)	↗ (+7%)
Vin de France (SIG) cépage	↗ (+4%)	↗ (+10%)	↘ (-11%)
Vins de France IGP	↗ (+21%)	↗ (+14%)	↗ (+2%)
Vins de France IGP cépages	↗ (+19%)	↗ (+14%)	↗ (+1%)
Vins de France AOC	↗	↗	↗

(\*) Évolution des prix moyens pondérés par rapport à 10 mois de campagne 2009/10 pour les VSIG et les IGP, 9 mois pour les AOC.

Source : contrats d'achat FranceAgriMer / Inter Oc / Organisations interprofessionnelles AOC.

A 10 mois de campagne 2010-2011, le marché des Vins de France sans Indication Géographique entre désormais plus nettement dans une dernière phase de campagne qui se manifeste par des volumes de transactions hebdomadaires réduits. De fait, le cumul des ventes de la campagne établit au début du mois de juin 2011 ne connaît pas de grandes évolutions par rapport à la situation que l'on pouvait observer le mois dernier s'élevant à 2,6 millions d'hl, ce qui traduit un recul des échanges de 4 % par rapport à 2009-2010 imputable aux moindres disponibilités de la campagne (notamment en rosé). Compte tenu de la relative faiblesse des volumes disponibles pour la campagne et de la demande exprimée depuis le mois d'août dernier, les prix moyens de ces vins s'établissent toujours à des niveaux de valorisation élevés en affichant une progression importante par rapport à 2009-2010 en rouge (+27 % / début juin 2010 à 56,27 €/hl), plus modérée en rosé (+9 % à 52,01 €/hl) et en blanc (+7 % à 47,37 €/hl).

FranceAgriMer Transactions vrac Vins de France sans IG\* en 2010-2011



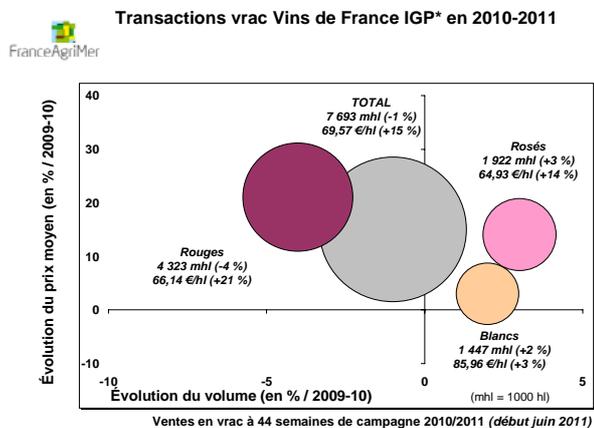
(\*) avec cépages = 25 % des volumes. Ventes en vrac à 44 semaines de campagne 2010/2011 (début juin 2011)  
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer  
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Comme observé depuis le début de la campagne, l'analyse détaillée du marché permet toujours de distinguer une orientation différente de la commercialisation selon qu'elle porte ou non sur des vins mentionnant un cépage.

Par rapport à 2009-2010, le recul des échanges reste ainsi marqué sur le segment des vins sans IG ne mentionnant pas de cépage (2,0 millions d'hl ; -20% / au début juin 2010) avec des prix moyens pondérés qui ont progressé en rouge/rosé (53,44 €/hl ; +21%), mais aussi en blanc (45,34 €/hl ; +8%).

Dans le contexte d'une deuxième année de mise en place de ce segment commercial, les transactions cumulées de vins sans indication géographique dont les lots ont été vendus avec une mention de cépage (1/4 des ventes de vins sans IG sous contrats d'achat) enregistrent par contre une progression importante en volume (321 000 hl en rouge/rosé ; +157 % / à début

juin 2010 ; 331 000 hl en blanc ; +157 %) avec des cours qui sont en moyenne supérieurs à ceux des vins ne mentionnant pas de cépage : 63,63 €/hl (+6% / à début juin 2010) en rouge/rosé ; 50,64 €/hl (-11 %) en blanc.



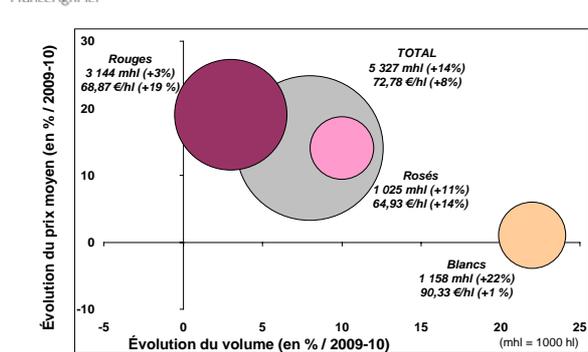
(\*) IGP Pays d'Oc = 67 % des volumes.  
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer et InterOc  
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

A 10 mois de campagne 2010-2011 et en lien avec l'amointrissement des disponibilités de la campagne, l'activité du marché des Vins de France à Indication Géographique Protégée s'est aussi nettement ralentie, ce qui se traduit aussi par une nette réduction de l'avance commerciale que l'on pouvait observer jusqu'à lors sur ce segment du marché. De fait, le volume cumulé des transactions IGP (7,7 millions d'hl ; -1% / à début juin 2010) de la campagne s'établit donc désormais à un niveau légèrement inférieur à celui de 2009-2010 à cette même date avec des échanges en rouges/rosés (6,3 millions d'hl) légèrement inférieurs à ceux de la campagne précédente et des volumes de transactions en blanc (1,5 million d'hl) qui restent par contre supérieurs de 2 % à ceux de 2009-2010.

En relation avec la faiblesse globale des disponibilités 2010-2011, l'analyse des ventes en termes de cépages permet ici aussi constater que cette situation s'explique largement par une baisse des transactions de vins ne mentionnant pas de cépage (2,4 millions d'hl ; -16% / à début juin 2010). A la différence de la situation des vins sans IG, le recul des vins IGP sans mention de cépage est plus largement compensé par la progression des échanges cumulés des vins IGP mentionnant un cépage (5,3 millions d'hl ; +8 % / à début juin 2010) provenant en grande partie des vins de l'IGP Pays d'Oc (4,9 millions d'hl ; +6%) qui ont pu faire l'objet d'un intérêt marqué en 2010-2011.

Compte tenu de la demande qui a pu s'exprimer depuis le début de la campagne sur ces produits, les cours moyens des IGP (avec ou sans mention de cépage) restent toujours élevés et plus ou moins supérieurs à ceux de la campagne précédente.

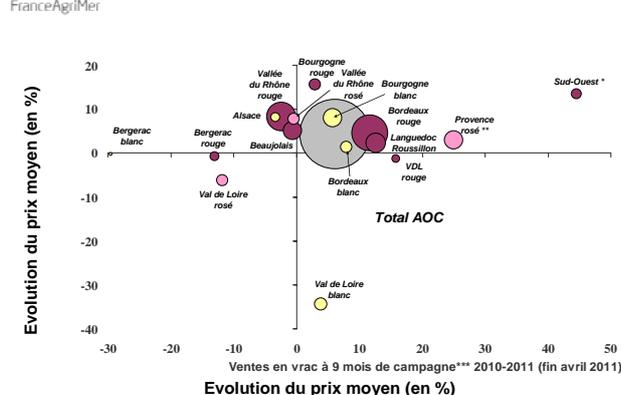
Transactions vrac Vins de France IGP\* avec mention de cépage en 2010-2011



Ventes en vrac à 44 semaines de campagne 2010/2011 (début juin 2011)  
(\*) IGP Pays d'Oc = 91 % des volumes.  
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer et InterOc  
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Dans un contexte devenu plus volatile en raison de l'approche de la fin de la campagne, le cours moyen des vins rouges/rosés s'établit en moyenne à 65,77 €/hl en hausse de 19 % par rapport à son niveau du début juin 2010. A contrario, le prix des blancs enregistre une légère inflexion à la baisse sous l'effet de la moindre valorisation du cours des vins de cépage, notamment en sauvignon. A 85,96 €/hl de moyenne depuis le début 2010-2011, il reste toutefois supérieur de 3 % par rapport à celui que l'on pouvait observer l'année dernière à cette même date.

Transactions vrac Vins de France AOC rouges/rosés/blancs en 2010-2011



\*Cahors + Gaillac à fin décembre 2010. \*\*Variations en vol. non significatives. \*\*\*Campagne 1<sup>er</sup> août 2010-31 juillet 2011.  
Source : Organisations interprofessionnelles, Elaboration : FranceAgriMer  
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

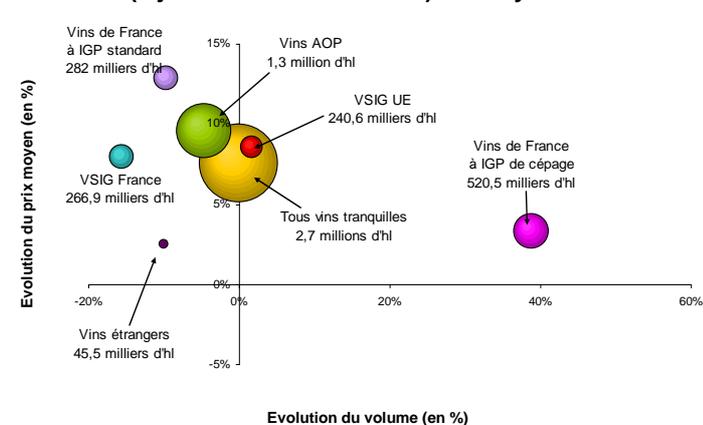
A fin avril 2011, les transactions vrac des Vins de France d'Appellation d'Origine Contrôlée enregistrées par les organisations interprofessionnelles permettent toujours pour leur part de faire apparaître une augmentation d'ensemble du cumul des volumes échangés par rapport à 2009-2010 et une légère progression globale des prix moyens de campagne. Dans le détail des appellations, on remarque cependant que la valorisation moyenne reste toujours inférieure à celle de la campagne précédente pour les rosés et les blancs de la vallée de la Loire, notamment pour l'AOC Muscadet et l'AOVDQS Gros Plant.

## Consommation

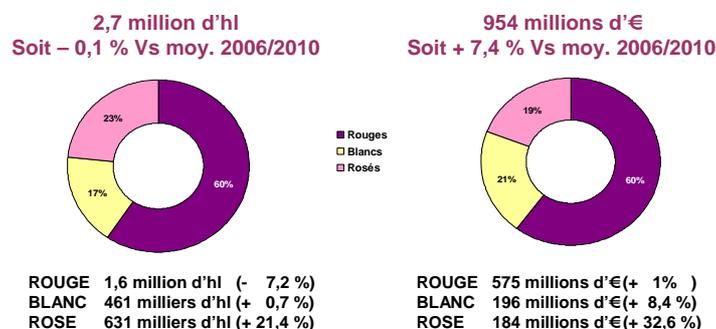
Sur la période P1-P4/2011 (du 3 janvier au 24 avril 2011), les ventes de vins tranquilles réalisées en grande distribution, hors Hard Discount, représentent 2,7 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 954 millions d'euros, soit une baisse de 0,1 % en volume et une hausse de 7,4 % en valeur par rapport à la moyenne 2006/2010.

Ces évolutions s'inscrivent dans un contexte d'augmentation du prix moyen de vente de 7,6 % par rapport à la moyenne 2006/2010, à 3,52 €/litre.

### Evolution des ventes de vins tranquilles par catégorie P1/P4 (3 janvier au 24 avril 2011) Vs moyenne 2006/2010



### Le marché des vins tranquilles en GD par couleur du 3 janvier au 24 avril 2011 (P1/P4)



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Comparées à la moyenne 2006/2010, les ventes de vins rosés progressent de 21,4 % en volume et 32,6 % en valeur, et celles des vins blancs de 0,7 % en volume et 8,4 % en valeur.

Avec 1,6 million d'hectolitres commercialisés pour un chiffre d'affaires de 575 millions d'euros, les vins rouges enregistrent pour leur part une baisse de 7,2 % en volume, mais augmentent de 1 % en valeur par rapport à la moyenne 2006/2010.

En termes de catégories, on observe une hausse des ventes en volume des Vins de France à IGP de cépage (+ 38,6 %) et des vins sans IG en provenance de l'union européenne (+ 1,6 %) par rapport à la moyenne P1-P4 2006/2010.

Les ventes des autres catégories de vins tranquilles reculent par rapport à la moyenne 2006/2010 ; - 4,7 % pour les vins AOP, - 9,8 % pour les Vins de France à IGP standard, - 15,7 % pour les Vins sans IG français et - 10,1 % pour les vins étrangers.

Par ailleurs, le développement du Bag in Box se poursuit en 2011 avec des ventes en volume estimées à 800 milliers d'hectolitres pour la période P1-P4, ce qui représente 11,7 % de plus que sur la même période 2010 et 48,2 % de plus par rapport à la moyenne 2006/2010.

Les ventes sous MDD (marques de distributeurs) progressent également : sur la période P1-P4/2011, elles représentent 1 million d'hectolitres, (+ 3,8 % par rapport à 2010), soit 39,1 % du total des ventes de vins tranquilles en grande distribution. Parmi ces ventes, on observe une diminution de la part de marché volume des vins rouges (55,6 % en 2011 contre 59,5 % en 2009) au profit des vins rosés (26,7 % en 2011 contre 22,9 % en 2009).

Source : panel de distributeurs Symphony IRI