

# Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



• Octobre 2015

## Marchés à la production vrac 2014-15

2014/15	Volumés pour la campagne 2014-2015			
	en 1000 hl	Rouges	Rosés	Blancs
Total Vins de France (SIG)		1 162 (-19%)	380 (-17%)	834 (-10%)
Vins de France (SIG) de cépages		417 (-16%)	143 (+22%)	442 (+3%)
Total IGP		3 561 (-9%)	2 561 (+20%)	1 653 (-1%)
IGP de cépages		2 648 (-10%)	1 430 (+22%)	1 379 (-1%)
AOC		↘	↗	↗

2014/15	Prix moyens pour la campagne 2014-2015			
	en €/hl	Rouges	Rosés	Blancs
Total Vins de France (SIG)		75,81 (+12%)	80,22 (+13%)	87,02 (+10%)
Vins de France (SIG) de cépages		81,35 (+11%)	84,20 (+14%)	94,17 (+11%)
Total IGP		87,80 (+14%)	89,99 (+12%)	102,73 (+13%)
IGP de cépages		90,03 (+14%)	90,52 (+16%)	105,61 (+14%)
AOC		↘	↗	↗

D'après les données des contrats d'achat sur la campagne 2014-2015, les transactions en vrac reculent par rapport à la campagne 2013-14 sur les trois couleurs des Vins de France SIG, et en rouge, sur les vins IGP (avec et sans cépages) et les AOC. En vins de France (SIG), en IGP (avec et sans cépages) et en AOC, les cumuls des transactions progressent en rosés et sont stables en blancs.

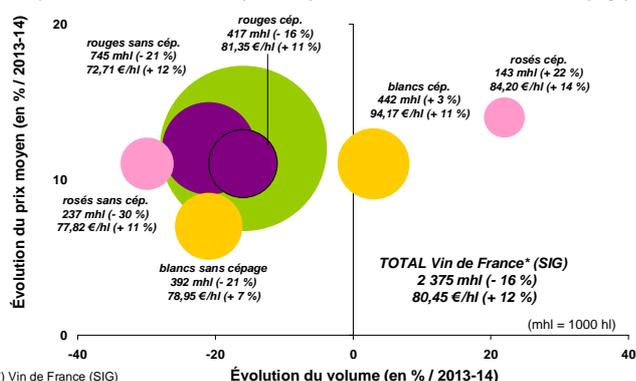
Les prix moyens augmentent pour l'ensemble des catégories et sur les trois couleurs.

## Marché Vins de France (SIG)

Sur la campagne 2014-2015, le total des échanges de Vins de France (SIG) s'élève à 2,4 millions d'hectolitres, soit une baisse de 16 % par rapport à 2013-2014.

58 % des ventes concernent des vins vendus sans mention de cépage ce qui représente 1,37 million d'hl (soit -23% par rapport à la campagne précédente) réparti en 745 milliers d'hl de rouges (-23%), 392 milliers d'hl de blancs (-21 %) et 237 milliers d'hl de rosés (-21%).

Transactions sans vrac Vin de France (SIG) en 2014-2015  
(détail des volumes et des prix des produits avec et sans mention de cépage)



(\*) Vin de France (SIG) avec cépages = 42 % des volumes

Ventes en vrac à 52 semaines de campagne 2014/2015 (fin juillet 2015)

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Les ventes de Vins de France (SIG) mentionnant un cépage représentent 42 % des transactions, soit un volume cumulé d'1 million d'hl (-4 % par rapport à la dernière campagne), dont 417 milliers d'hl de rouges (-16%), 442 milliers d'hl de blancs (+3 %) et 143 milliers d'hl de rosés (+22 %).

La faiblesse de l'offre des Vins de France (SIG) sans mention de cépage entraîne une hausse des prix par rapport à la campagne 2013-2014 avec des prix supérieurs de 7 % en blancs (78,95 €/hl) et de 12 % en rouges (72,71 €/hl) et en rosés (77,82 €/hl).

Pour ceux mentionnant un cépage, les cours sont également en hausse dans toutes les couleurs avec des augmentations de 11 % pour les rouges (81,33 €/hl) et pour les blancs (94,17 €/hl) et de 14 % pour les rosés (84,20 €/hl).

La campagne 2014-2015 en Vins de France (SIG) a été inférieure en volume à celle de 2013-2014 du fait notamment de récoltes faibles en 2012 et en 2013 ce qui a pesé sur la constitution des stocks pour les vins de toutes les catégories malgré une hausse de la récolte globale en 2014.

### Marché Vins à Indication Géographique Protégée (IGP)

Sur la campagne 2014-2015, les échanges cumulés des IGP représentent 7,8 millions d'hectolitres, soit 1 % de plus que la campagne précédente.

70 % des échanges concernent les vins vendus avec une mention de cépage, soit 5,4 millions d'hl (-1 %) répartis en 2,6 millions d'hl de rouges (-10 %), 1,4 million d'hl de rosés (+22 %) et 1,4 million d'hl de blancs (-1 %).

Les ventes de vins sans mention de cépage (30 % des transactions) enregistrent quant à elles un cumul de 2,3 millions d'hl (+5%), dont 913 milliers d'hl de rouges (7%), 1,13 million d'hl de rosés (+18 %) et 274 milliers d'hl de blancs (-1 %).

Les cours des IGP sans mention de cépage s'établissent à 81,30 €/hl (+12 %) pour les rouges, à 89,32 €/hl pour les rosés (+7 %) et à 88,13 €/hl (+6%) pour les blancs.

Avec mention de cépage, le prix des transactions est de 90,03 €/hl en rouges (+14 %), de 90,52 €/hl en rosés (+16 %) et de 105,61 €/hl en blancs (+14 %).

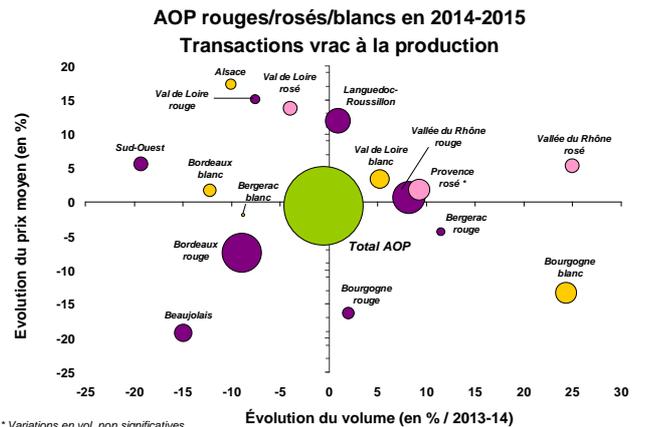
### Marché Vins à Appellation d'Origine Contrôlée (AOC/AOP)

Les informations communiquées par les organisations interprofessionnelles des vins à AOC/AOP à fin juillet 2015 sont différentes en fonction des couleurs. L'ensemble des vins rosés AOP est en progression tant en valeur qu'en volume.

Les prix des vins blancs sont en augmentation sauf pour la Bourgogne qui voit son volume croître de plus de 20% par rapport à la campagne 2013-2014.

La situation en vins rouges est plus hétérogène avec une baisse en valeur et en volume pour le Beaujolais, le Bourgogne et le Bordeaux et une augmentation en prix du Languedoc Roussillon par rapport à 2013/2014.

Globalement le volume de ventes est stable avec la baisse en vins AOP rouge qui est compensée par la hausse en rosés en en blancs.



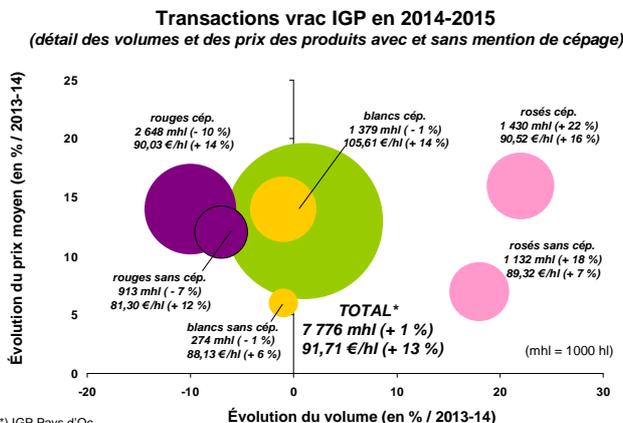
Ventes en vrac à 12 mois de campagne 2014/2015 (fin juillet 2015)

Source : Organisations interprofessionnelles, Elaboration : FranceAgriMer

### Sortie de chais des récoltants 2014-2015

Selon les informations enregistrées par les douanes françaises à fin juillet 2015, les sorties de chais de la campagne 2014-2015 sont en baisse de 3 % par rapport à la précédente campagne, à 42,4 millions d'hectolitres.

Ce retrait résulte principalement du recul des sorties en vins de France sans IG (-23 % à 5,539 millions d'hl) et vins IGP (10,369 millions d'hl soit -2,8%) alors que les sorties en vins AOC progressent de 2,3% pour atteindre 26,495 millions d'hl.



(\* IGP Pays d'Oc = 68 % des volumes)

Ventes en vrac à 52 semaines de campagne 2014/2015 (fin juillet 2015)

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer/InterOc/Isvo/CIVL

Evolution des sorties de chais des récoltants  
2014/15 vs 2013/14

	Sorties de chais (en millions d'hl)		
	2014/15	2013/14	Var. en %
AOC/AOP	26,495	25,908	+ 2,3 %
IGP	10,369	10,667	- 2,8 %
VSIG et autres	5,539	7,149	- 22,5 %
TOTAL	42,403	43,724	- 3,0 %

Sorties de chais à 12 mois de campagne 2014-2015 (fin juillet 2015)

Source : DGDDI

## Marchés à la production vrac 2015-2016

L'activité du début de la campagne 2015-2016 reste sur la lancée de la campagne 2014-2015 avec des disponibilités faibles en Vins de France SIG. Le marché vrac est réduit avec un volume d'échanges en baisse de 26% par rapport à celui du début 2014-2015 à 105 milliers d'hl en Vins de France SIG.

Les transactions cumulées de vins IGP ont porté sur 201 milliers d'hl, soit un chiffre stable par rapport à 2014.

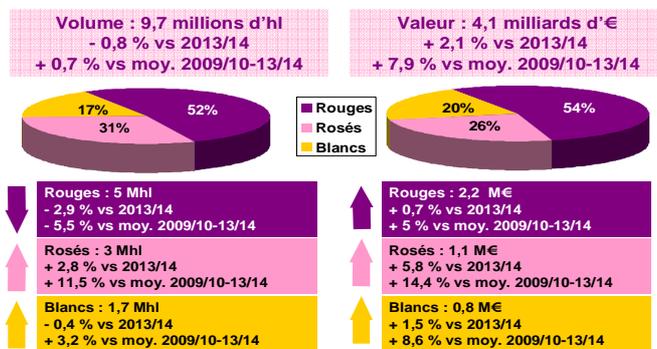
Les prix moyens restent donc pour l'instant relativement élevés pour les vins de France (SIG) : 73,85 €/hl (+8% / 2014-15) en rouges/rosés ; 89,16 €/hl (+14%) en blancs et pour les vins IGP : 89,39 €/hl (+13% / 2014-15) en rouges/rosés ; 100,75 €/hl (+11%) en blancs.

## Consommation

### Ventes de vins tranquilles en grande distribution : campagne 2014/15 (du 18/08/2014 au 16/08/2015) – Source : IRI

D'après les premiers résultats d'IRI pour la campagne 2014/2015, les ventes de vins tranquilles en grande distribution ont représenté 9,7 millions d'hectolitres pour une valeur correspondante de 4,1 milliards d'euros.

Le marché des vins tranquilles en grande distribution  
Campagne 2014/15 (du 18/08/14 au 16/08/15)



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

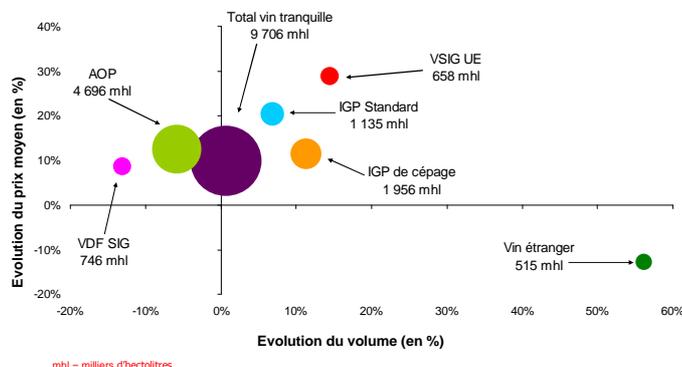
Par rapport à la campagne précédente, ces ventes ont diminué en volume (- 0,8 %) et progressé de 2,1 % en valeur ; comparées aux cinq campagnes précédentes, elles affichent + 0,7 % en volume et + 7,9 % en valeur.

Le recul des ventes de vins rouges se poursuit, toujours sans incidence sur le chiffre d'affaires qui reste positif pour cette couleur ; les vins blancs sont plutôt bien orientés, malgré une légère baisse en volume par rapport à la campagne précédente ; les rosés restent quant à eux dynamiques, en volume comme en valeur.

Toutes couleurs et catégories confondues, le prix moyen de vente des vins tranquilles augmente pour sa part de 2,9 % vs 2013/14 et de 10 % par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes, à 4,27 €/litre.

En volume, les ventes progressent pour la plupart des catégories, excepté les vins d'appellation et les vins de France (SIG), en reculs respectifs de 4,5 % et de 13,6 % vs 2013/14 et de 5,8 % et de 13,2 % vs 2009/10-13/14, suite aux récoltes déficitaires des campagnes précédentes.

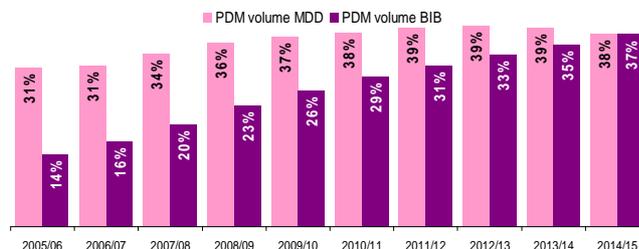
Evolution des ventes de vins tranquilles par catégorie  
Campagne 2014/15 (du 18/08/14 au 16/08/15)  
vs moyenne 2009/10-2013/14



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

En valeur, si les ventes d'AOP progressent (+ 0,5 % vs 2014 et + 5,4 % vs 2009/10-2013/14), celles des vins de France (SIG) diminuent en revanche de 14,3 % par rapport à la campagne précédente, tout en affichant une croissance de 13,8 % par rapport aux cinq campagnes précédentes.

Le bag in box, toujours en vogue, gagne 2 points de parts de marché volume vs 2013/14 dans les ventes de vins tranquilles (37 %), contrairement aux marques de distributeurs (38 %) qui en perdent 1.



Par ailleurs, les vins tranquilles conditionnés en bag in box et commercialisés dans le même temps sous MDD représentent 20 % du volume et 12 % de la valeur totale des ventes.

## Commerce extérieur

Rappel : l'évolution de la nomenclature pour le commerce extérieur permet de distinguer les vins IGP et les vins sans IG à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2010 seulement.

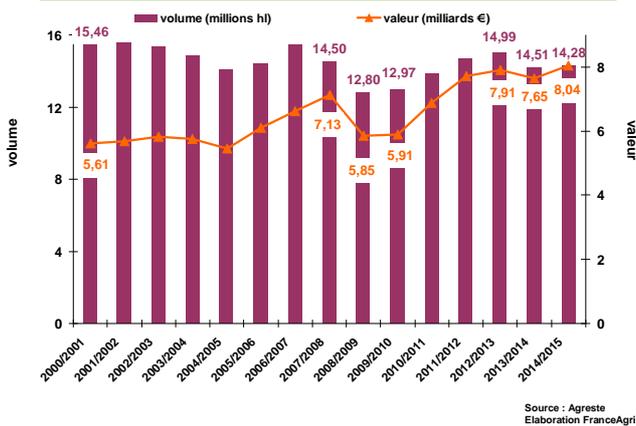
### Les exportations françaises de vins

#### Campagne 2014/2015

Pour la campagne 2014/2015, les exportations françaises de vins affichent un résultat en nette hausse en valeur par rapport à la campagne passée (+ 5 %), malgré un recul en volume (- 2 %).

Les volumes suivent ainsi pour deux campagnes successives une légère tendance à la baisse. Cependant, la valorisation des exportations françaises de vins s'améliore en 2014/2015 contrairement à la campagne passée. Le chiffre d'affaires des exportations françaises de vins passe ainsi au dessus de la barre des 8 milliards d'euros en 2014/2015, les volumes exportés atteignant 14,28 millions d'hectolitres, le plus bas niveau de ces quatre dernières campagnes.

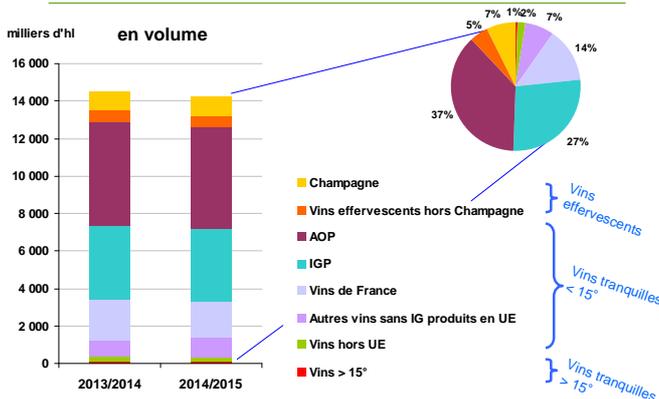
#### Les exportations françaises de vins Campagne 2014/2015



### Les exportations françaises par catégorie

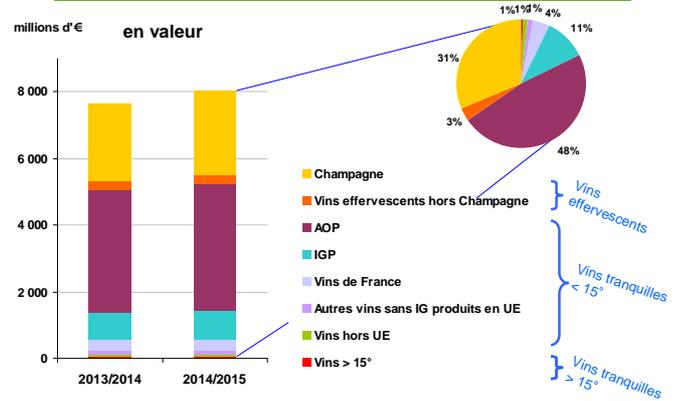
Sur l'ensemble de la campagne 2014/2015 (du 1<sup>er</sup> août 2014 au 31 juillet 2015), la répartition des exportations françaises de vins, en volume et en valeur, est la suivante :

#### Les exportations françaises de vins par catégorie Campagne 2014/2015



En 2014/2015 et par rapport à la campagne 2013/2014, la baisse des volumes exportés est moins importante qu'entre les deux campagnes précédentes. Les principales catégories exportées, à savoir les AOP et IGP tranquilles, reculent légèrement en volume et représentent ainsi une part moindre des exports en 2014/2015, tandis que les effervescents progressent (12 % des volumes exportés).

#### Les exportations françaises de vins par catégorie Campagne 2014/2015

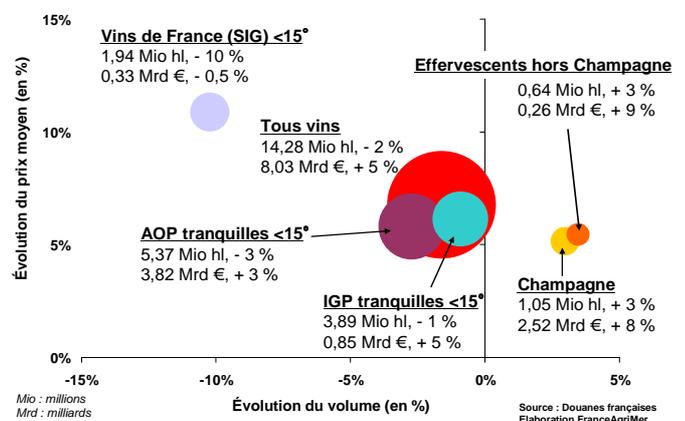


Les exportations de vins tranquilles AOP progressent légèrement en valeur sur cette campagne, sans cependant atteindre le niveau de 2012/2013.

Le Champagne constitue toujours le 2<sup>ème</sup> plus important contributeur au chiffre d'affaires des exportations françaises de vins et affiche de nouveau une croissance en valeur, qui est de la même hauteur que celle des autres vins effervescents. Ces catégories bénéficient en effet à l'export d'un dynamisme qui s'inscrit dans la durée.

Le graphique ci-dessous présente les évolutions des exportations françaises de vins, en volume et en prix, entre la campagne 2014/2015 et la campagne 2013/2014. La taille des disques est proportionnelle au volume exporté pour chaque catégorie.

#### Les exportations françaises de vins Campagne 2014/2015 vs 2013/2014

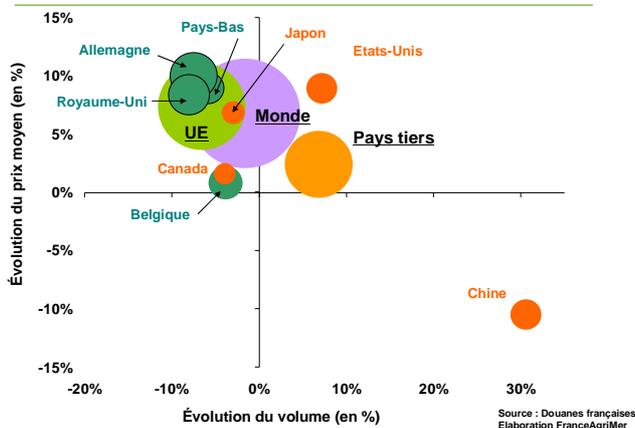


Par rapport à la campagne précédente, on observe une hausse des prix moyens des vins exportés généralisée à toutes les catégories. Seuls les Vins de France (SIG) reculent ainsi en valeur du fait d'une importante diminution des volumes exportés.

Grâce à une hausse des prix combinée à une progression des exportations en volume, les vins effervescents tirent leur épingle du jeu avec les plus importantes croissances en valeur.

## Les exportations françaises par destination

Les exportations françaises de vins par destination  
Campagne 2014/2015 vs 2013/2014



Les exportations françaises de vins reculent en volume à destination de l'Allemagne et du Royaume-Uni, ses principaux marchés européens. Malgré des hausses de prix, la valeur dégagée par ses exportations n'augmente que vers l'Allemagne.

Les exportations françaises réalisent de meilleures performances à destination des pays tiers. Les Etats-Unis deviennent le premier marché pour les vins français à l'export en valeur grâce à une progression des volumes et à une meilleure valorisation des produits exportés.

Les volumes exportés vers la Chine progressent quant à eux fortement et dépassent même leur niveau record de la campagne 2011/2012. La valeur augmente plus faiblement du fait d'une baisse des prix des vins exportés.

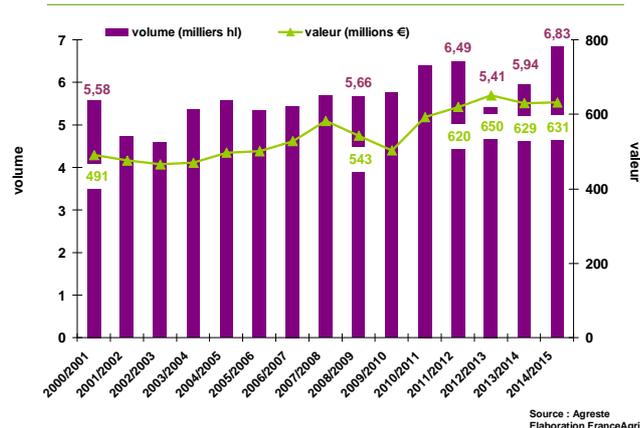
## Les importations françaises de vins

### Campagne 2014/2015

Les importations françaises de vins atteignent pour la campagne 2014/2015 un niveau record en volume avec 6,8 millions d'hectolitres, ce qui correspond à une hausse de + 15 % par rapport à la campagne passée. L'année 2014 marquait déjà un rebond conséquent des volumes importés et cette tendance semble se confirmer pour 2015.

La progression des volumes importés depuis la campagne 2012/2013 se fait à valeur quasi constante. Le développement des importations concernent en effet des vins faiblement valorisés.

## Les importations françaises de vins Campagne 2014/2015

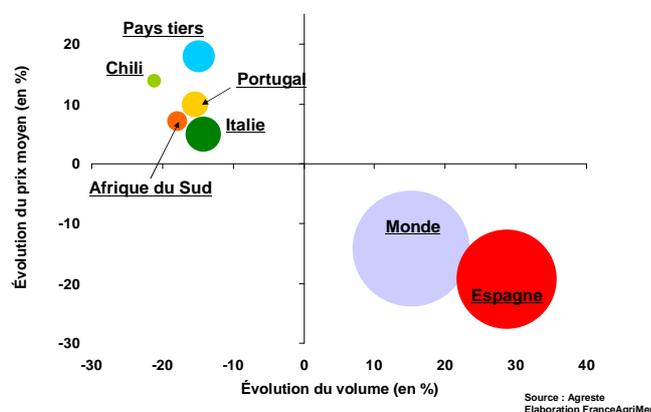


## Les importations françaises par pays de provenance

Les importations progressent surtout en provenance d'Espagne, qui fournit en grande majorité des vins en vrac sans indication géographique (86 % des volumes), ce qui explique la faible valorisation des importations.

Sur la campagne 2014/2015, l'Italie, deuxième fournisseur du marché français, y exporte moins de vin qu'en 2013/2014 et notamment moins de vins effervescents, segment qui semblait porteur ces dernières campagnes et sur lequel l'Espagne est également mieux positionnée.

## Les importations françaises de vins Campagne 2014/2015 vs 2013/2014



**Remarque sur le relèvement des seuils de déclaration :**  
Depuis le 1er janvier 2011, le seuil statistique pour les déclarations d'échanges de biens a été relevé de 150 000 € à 460 000 €. Cette perte de données pourra impacter les chiffres douaniers que nous fournissons.

**A contribué à ce numéro :** unité Cultures et filières spécialisées / service Marchés et études des filières