

# FranceAgriMer

> Les synthèses de FranceAgriMer

octobre 2013 • numéro **16**

VINS /



## BILAN DES MARCHÉS à la production 2012/13



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL  
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex  
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

[www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)  
[www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)

## Précisions méthodologiques

Le bilan qui est présenté ici est établi à partir des informations des contrats d'achat de vin en vrac au stade de la production qui sont directement enregistrées par FranceAgriMer ou qui lui sont transmises par les principales organisations interprofessionnelles en relation avec la procédure européenne d'information sur les cotations dans le secteur du vin.

Ces informations sont suivies de manière hebdomadaire pour les vins sans Indication Géographique (Vin de France (SIG)) et les vins à Indication Géographique Protégée (Vins de France IGP). Le recueil des informations de transactions des vins d'Appellation d'Origine Contrôlée (Vins de France AOC/AOP) est pour sa part réalisé sur un rythme mensuel.

Les volumes et les prix moyens pondérés présentés dans cette note résultent du traitement informatique et manuel de ces informations. Ils ne sauraient donc avoir un caractère d'exactitude au litre ou au centime d'euros près, ce qui nécessiterait un travail permanent de mise à jour et de correction des données collectées et fournies.

De fait, les données chiffrées présentées dans cette note sont susceptibles d'être réajustées ultérieurement en fonction des révisions de contrats et des compléments qui peuvent être apportés par les organisations interprofessionnelles.

## Introduction

D'après les informations des contrats d'achat enregistrées dans la base FranceAgriMer ou fournies par les principales organisations interprofessionnelles à fin septembre 2013 pour l'ensemble de la campagne viticole 2012-2013 (1<sup>er</sup> août-31 juillet), le cumul des transactions « vrac » au stade de la production (19,5 millions d'hl) est en légère baisse de 2% par rapport à celui de la campagne précédente, en relation avec une récolte 2012 historiquement faible.

En revanche, compte tenu de la diminution souvent importante des volumes qui ont pu être mis sur le marché et de la demande qui a pu s'exprimer sur ces vins, les prix moyens pondérés de la campagne ont enregistré des augmentations plus ou moins marquées par rapport à la campagne 2011-2012 en rouges et en rosés, mais aussi en blancs.

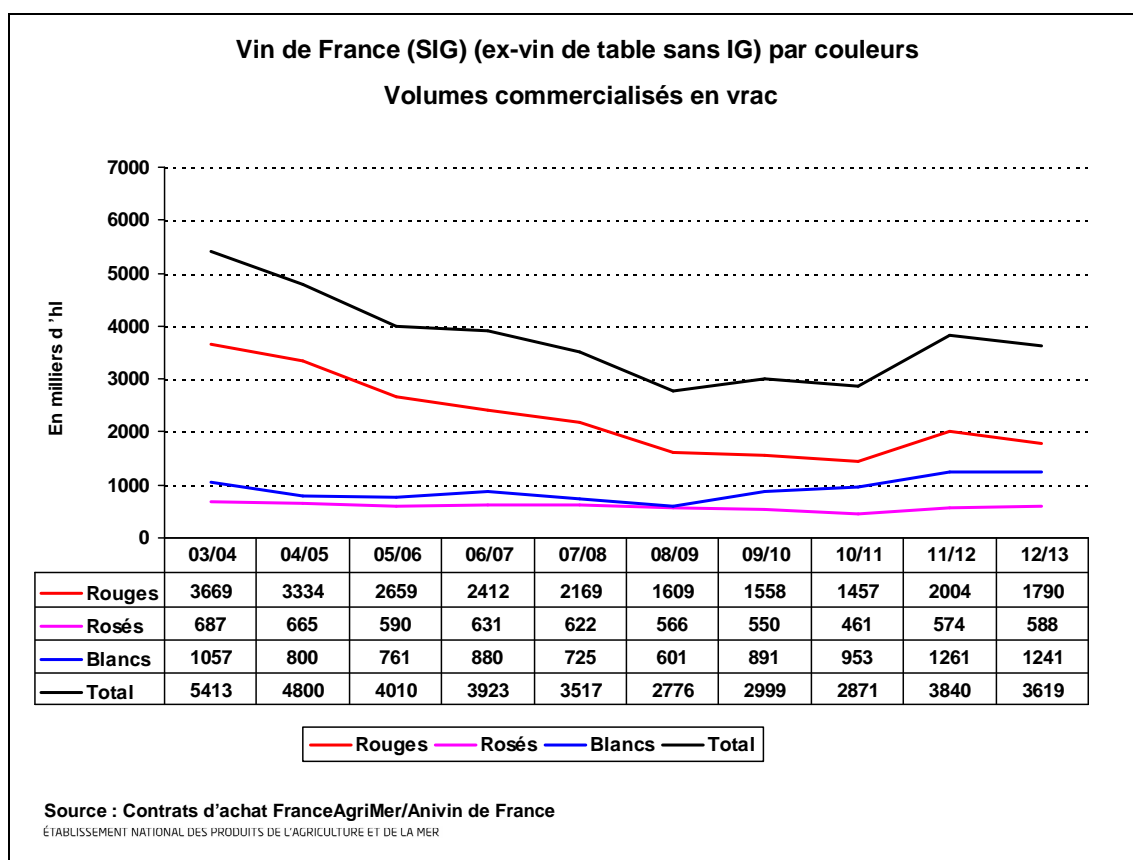
Au terme de la campagne 2012-2013, ces évolutions d'ensemble devraient se traduire par une augmentation globale du chiffre d'affaires « vrac » (prix x volumes) sur les différentes catégories réglementaires de vin. Ce constat relativement positif à ce stade de la filière peut toutefois résulter d'évolutions divergentes en fonction des couleurs et des segments des différents marchés Vin de France (SIG), Vins de France (IGP) et Vins de France AOC examinés ci-après.

## Marché « vrac » Vin de France (sans Indication Géographique)

Avec des transactions toutes couleurs confondues qui s'élèvent à 3,619 millions d'hl, soit une baisse de 6% par rapport à la campagne 2011-2012, mais une hausse de 13% par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes, le marché Vin de France (sans Indication Géographique) est celui qui affiche le recul le plus important.

L'analyse plus détaillée des données de récolte et de commercialisation conduit toutefois à constater que cette évolution est fortement liée au niveau particulièrement faible de la récolte 2012 et à une moindre importance, que lors de la campagne précédente, des déclassements en provenance de la catégorie des vins de France à Indication Géographique Protégée (IGP) ou de la catégorie des vins de France d'Appellation d'Origine Protégée (AOP/AOC). De fait, malgré un bon déstockage en début de campagne, les quantités de vin disponibles sur la campagne ont pu se révéler insuffisantes pour alimenter les différents segments de ce marché, se traduisant par une diminution générale des volumes échangés et une hausse marquée des prix.

Le détail des transactions par couleur permet de constater que cette évolution peut être quelque peu nuancée en fonction des couleurs et/ou du fait que les vins aient été vendus avec ou sans mention de cépage.



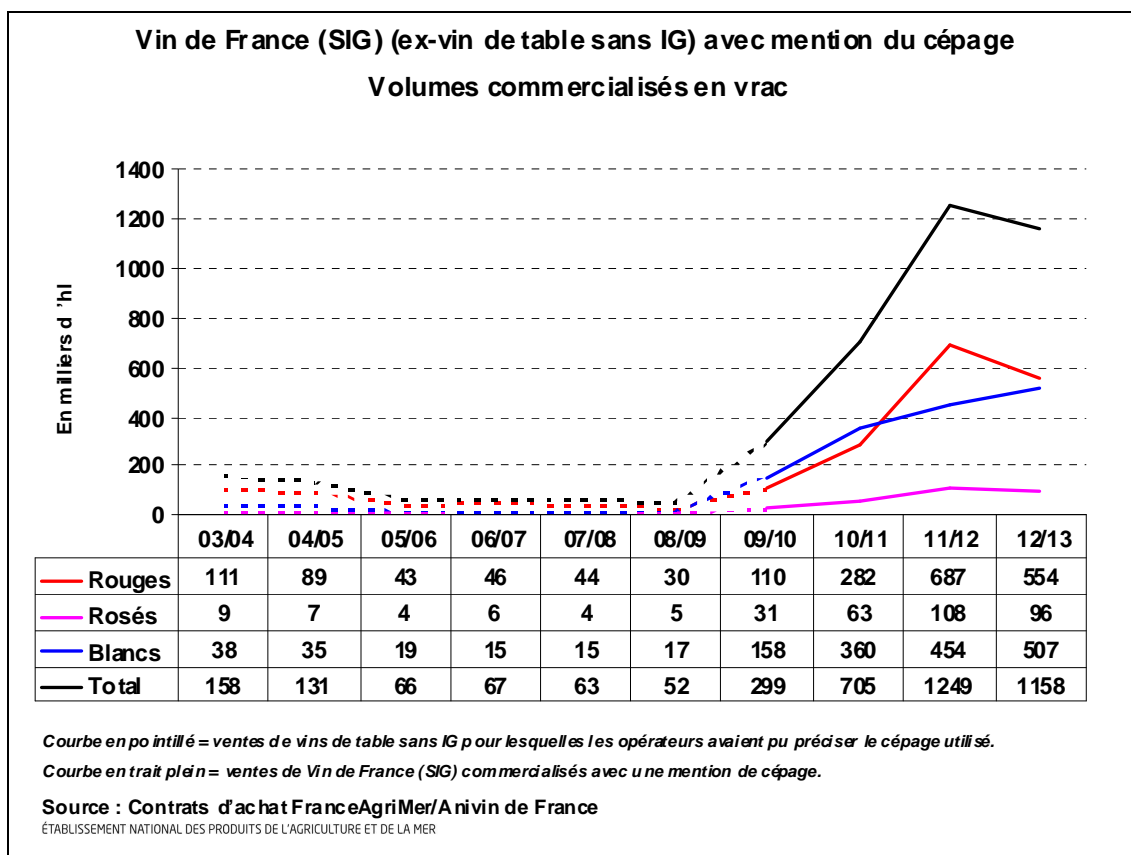
(graphique 1)

Fin juillet 2013, l'examen des données d'enregistrements des contrats d'achat de vin de la campagne (cf. graphique 1) permet en effet de constater une baisse des échanges de vins sans Indication Géographique rouges (1,790 million d'hl ; -11% / 2011-2012). Ceci s'explique en grande partie par la faiblesse de la récolte déclarée en vins sans IG et par le niveau de disponibilités globales en vins rouges et rosés. Les transactions sur cette couleur restent cependant supérieures de 13% à celles de la moyenne des cinq dernières campagnes, ce qui semble confirmer un certain ralentissement de la baisse tendancielle des ventes de vins rouges. Malgré une forte baisse de la récolte déclarée en vins sans IG blancs, les échanges de vrac sur cette couleur (1,241 million d'hl ; -2 % / 2011-2012) sont assez proches de leur niveau de la campagne précédente et en hausse de 40% par rapport à la moyenne quinquennale.

L'évolution des ventes (0,588 million d'hl ; +2% / 2011-2012 ; +6% / à la moyenne) apparaît par contre positive pour les vins rosés qui ont pu bénéficier d'une certaine disponibilité (choix de vinification) pour répondre à une bonne demande, qui a pu en partie être destinée à alimenter le marché des apéritifs et cocktails à base de vin.

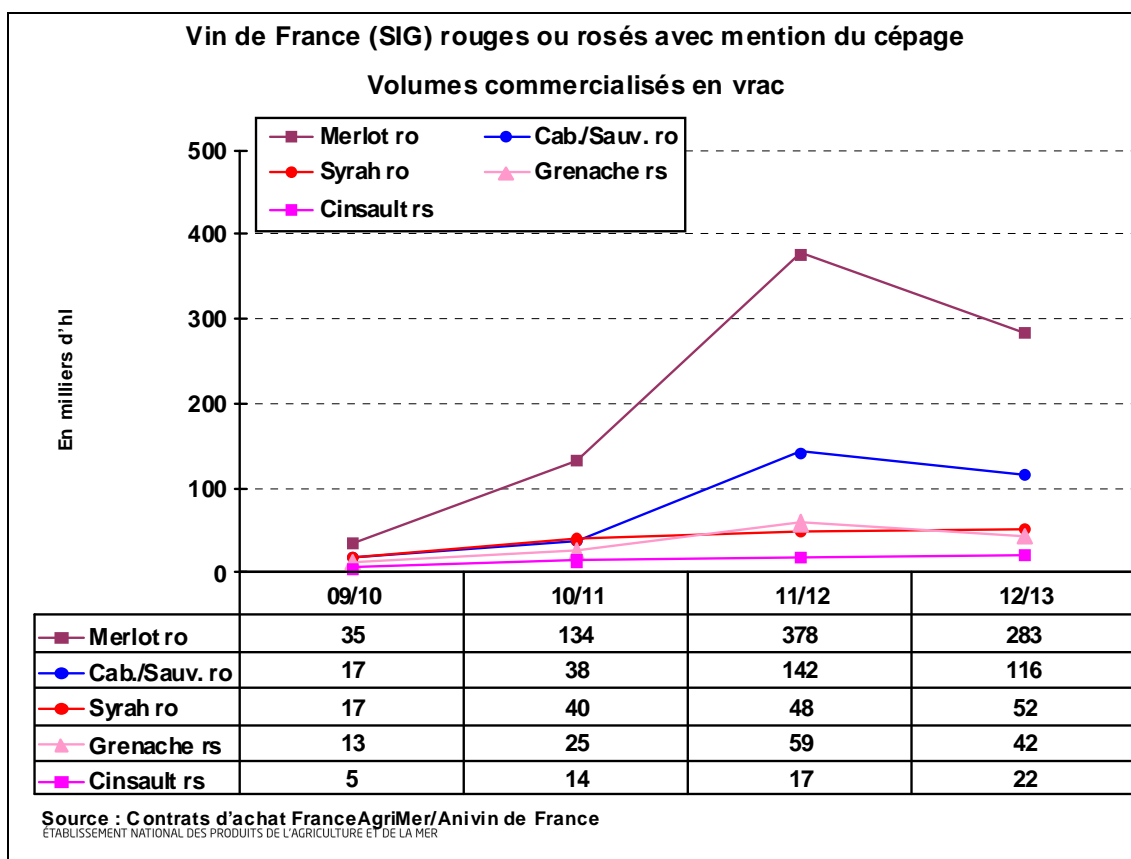
## Volumes Vin de France (SIG) avec mention de cépage

Au terme de la campagne, l'analyse des transactions de Vin de France en vrac (cf. graphique 2) permet d'observer que les ventes cumulées de vins mentionnant un cépage s'établissent à 1,158 million d'hl, soit une baisse de 7 % par rapport au volume qui avait pu être échangé sur la campagne précédente.



(graphique 2)

Dans le détail des couleurs, on observe que cette évolution résulte principalement du recul des transactions en rouge (0,554 million d'hl ; -19% / 2011-2012) qui n'ont pas pu bénéficier des mêmes niveaux de déclassement que lors de la campagne précédente en provenance des catégories de vins AOP et IGP. La commercialisation est aussi en légère baisse sur les vins rosés (96 000 hl ; -11%) dont les échanges restent toutefois plus confidentiels sur ce segment du marché Vin de France (SIG). Malgré une légère inflexion, les ventes de vins blancs mentionnant un cépage (0,507 million d'hl ; +12%) sont supérieures à celles de 2011-2012.



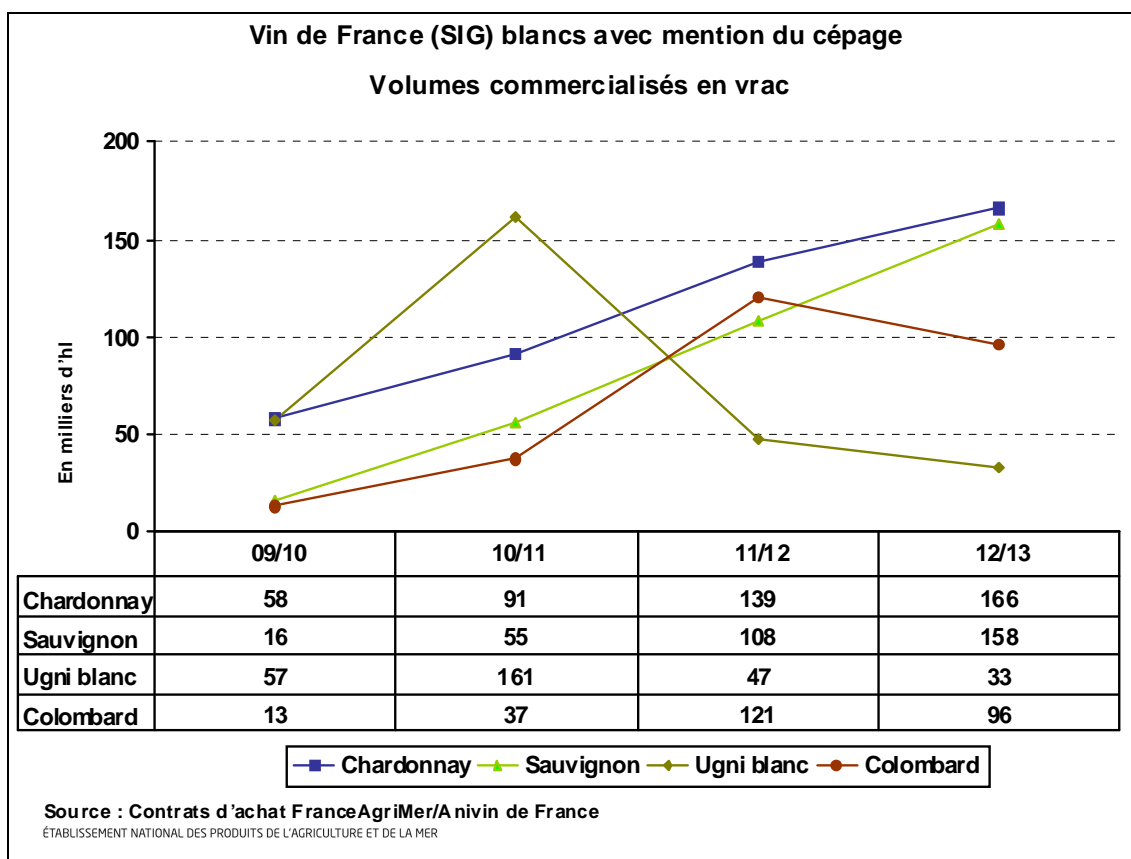
(graphique 3)

Sur l'ensemble de la campagne 2012-2013, l'analyse des ventes de ces vins par cépage (cf. graphique 3) permet de constater que la diminution de la commercialisation en rouge et en rosé s'explique essentiellement par le recul des transactions de merlot (283 000 hl en rouge; -25 % / 2011-2012) et de cabernet-sauvignon (115 000 hl en rouge ; -19%). Les ventes de vins faisant mention d'un autre cépage comme la syrah (52 000 hl en rouge ; +7%), le grenache (42 000 hl en rosé ; -29%) et le cinsault (22 000 hl ; +25%) restent par compte plus proches de leurs niveaux de la campagne précédente, voire plus confidentielles en volume.

La hausse des ventes en blanc (cf. graphique 4) résulte pour sa part d'une augmentation des transactions de vins mentionnant des cépages comme le chardonnay (166 000 hl ; +20% / 2011-2012) et le sauvignon (158 000 hl ; +47%), dont les disponibilités à la vente de la campagne ont pu bénéficier d'une utilisation accrue des stocks. La part de la commercialisation de vins mentionnant un autre cépage reste ici aussi moins importante avec des ventes qui ont baissées sur le colombar (96 000 hl ; -21%) ou l'ugni blanc (33 000 hl ; -30%) et qui progressent sur le muscat (24 000 hl ; +45%).

Compte tenu du caractère relativement récent de la réglementation autorisant la mise à la consommation de vins sans Indication Géographique avec une mention de cépage et/ou de millésime, il est encore trop tôt pour pouvoir dégager des enseignements de long terme sur

les échanges de ces vins. A fin juillet 2013, les informations dont nous disposons confirment toujours la prépondérance des ventes de vins mentionnant des cépages internationaux en relation avec les cépages présents dans les principaux bassins de provenance des Vins de France (SIG) et avec leur vocation à être exportés vers des marchés privilégiant ce type de produits.



(graphique 4)

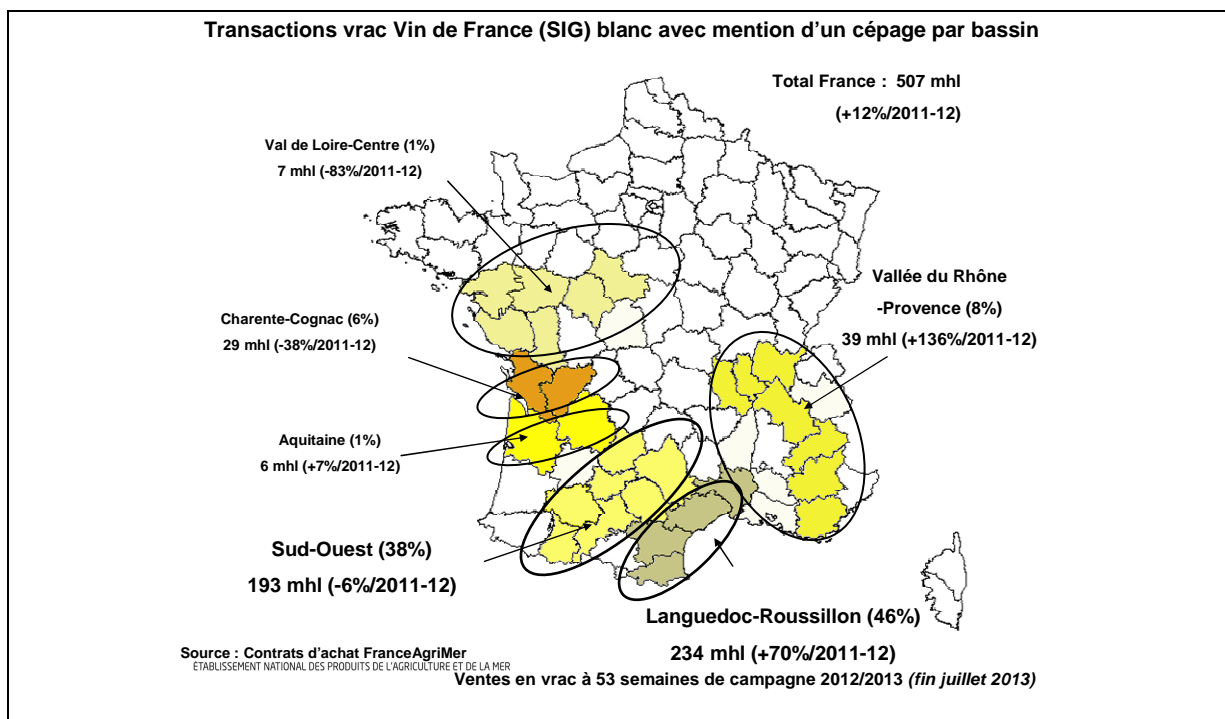
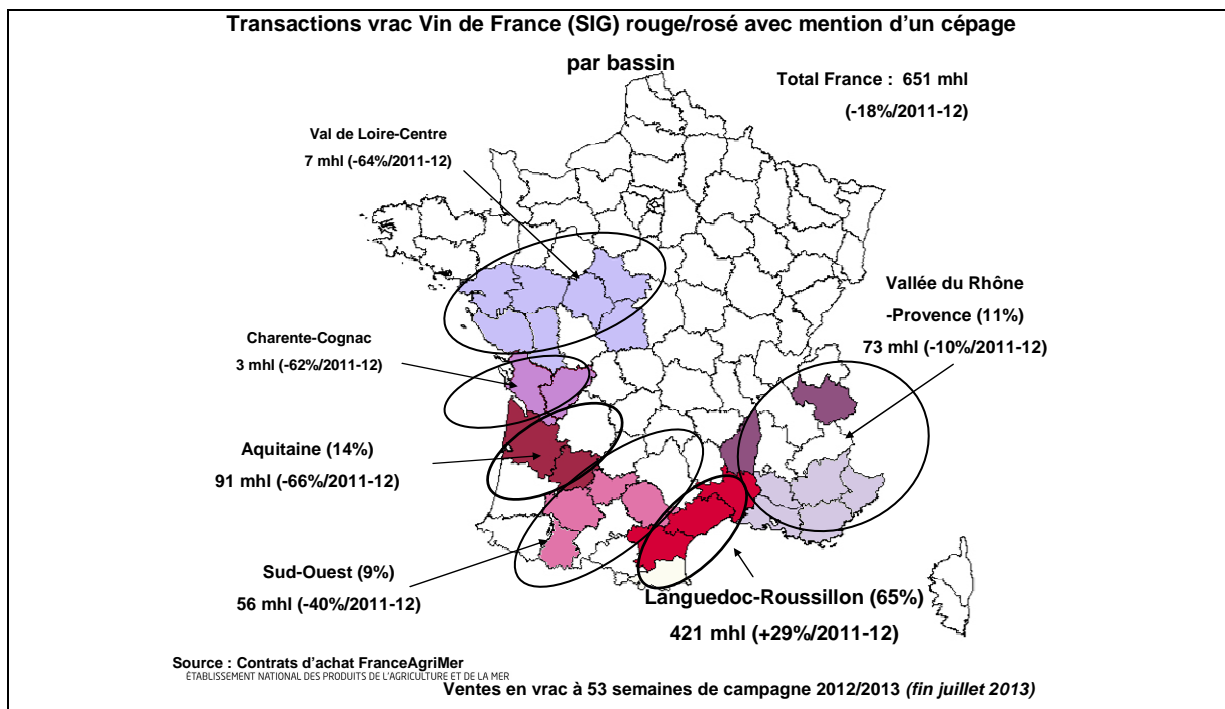
## Volumes Vin de France (SIG) mentionnant un cépage par bassin

Le détail de la répartition des ventes 2012-2013 par bassin permet de constater que, comme en 2011-2012, la plus grande partie (65%) des volumes rouges/rosés de Vin de France (SIG) mentionnant un cépage (cf. graphique 5) a été commercialisée au départ du Languedoc-Roussillon (421 000 hl ; +29% / 2011-2012) qui est le bassin historique de production des vins de table sans Indication Géographique de provenance.

Compte tenu de la faiblesse de la récolte 2012 et des moindres possibilités de déclassements vers la catégorie des vins sans IG que cela a pu occasionner, la campagne 2012-2013 n'a pas permis de retrouver les mêmes niveaux de volumes de vins mentionnant un cépage en provenance des autres bassins de production français. A l'exception du Languedoc-Roussillon qui progresse, l'ensemble des autres bassins (notamment Vallée du Rhône-Provence (73 000 hl ; -10%) et Sud-Ouest (56 000 hl ; -40%)) affichent une baisse importante de leurs ventes sur ce segment du marché. Ce constat est assez notable sur le bassin Aquitaine (91 000 hl ; -66%) qui avait fortement contribué à son dynamisme en 2011-2012.

En blanc (cf. graphique 5), le Sud-Ouest (193 000 hl ; -6% / 2011-2012) et le Languedoc-Roussillon (138 000 hl ; +192%) restent aussi les deux principaux bassins de

commercialisation des vins mentionnant un cépage. Ils devancent assez nettement les autres bassins (Vallée du Rhône-Provence, Charente-Cognac, ...) dont les échanges restent plus confidentiels.



(graphique 5)

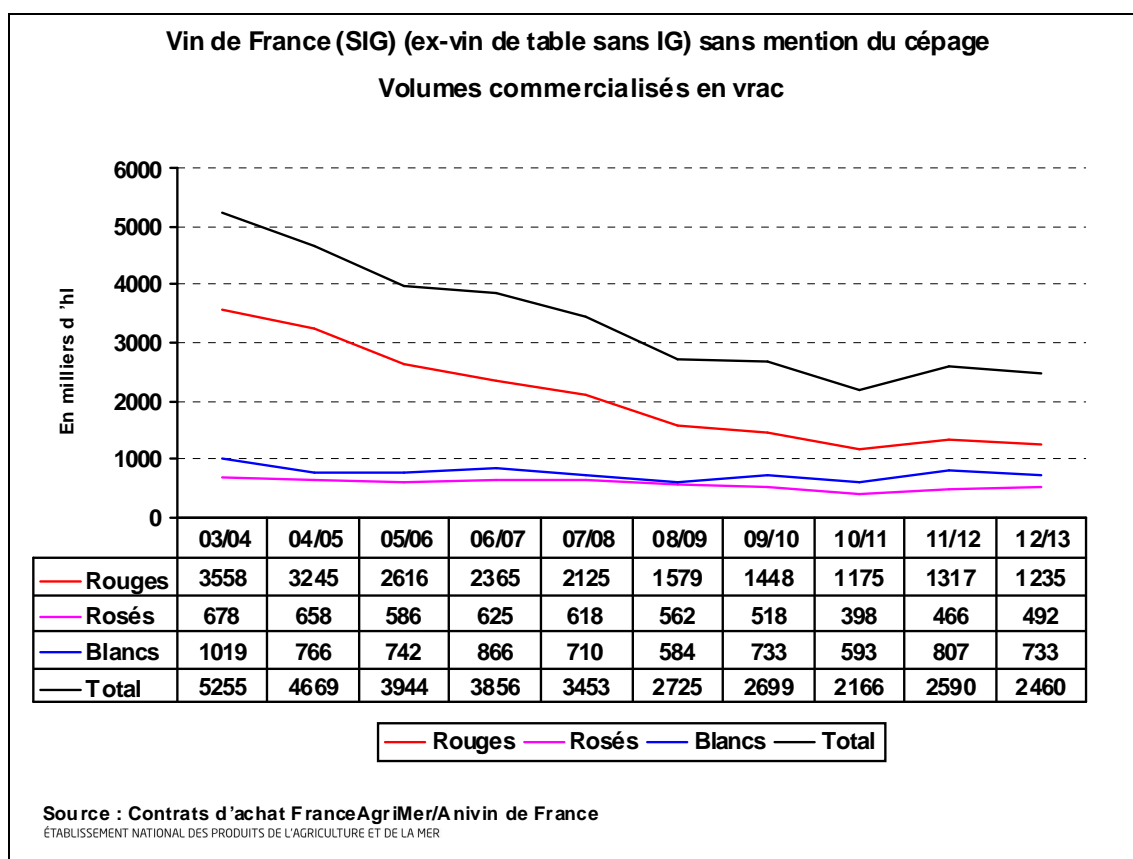


## Volumes Vin de France (SIG) sans mention de cépage

Au terme de la campagne 2012-2013, l'analyse des transactions de Vin de France (SIG) ne mentionnant pas de cépage (cf. graphique 6) conduit aussi à observer une diminution des échanges (2,460 millions d'hl) qui s'établissent en baisse de 5% par rapport à la campagne précédente.

Comme observé pour l'ensemble Vin de France (SIG) et les vins mentionnant un cépage, cette évolution de la commercialisation s'explique largement par la réduction des volumes récoltés en 2012 et des déclassements de la campagne vers ce segment de marché. A la différence des vins ne mentionnant pas de cépage, il semble que ce segment est celui qui a le plus bénéficié d'une demande en rosé en partie destinée à alimenter la croissance du marché des apéritifs et cocktails à base de vin.

Fin juillet 2013, on constate ainsi que la baisse des volumes en rouge est de 6% par rapport à la campagne précédente et de 9% sur les blancs. Avec 0,492 million d'hl commercialisés en 2012-2013, les ventes de rosés sont par contre pour leur part en hausse de 6% par rapport à 2011-2012.



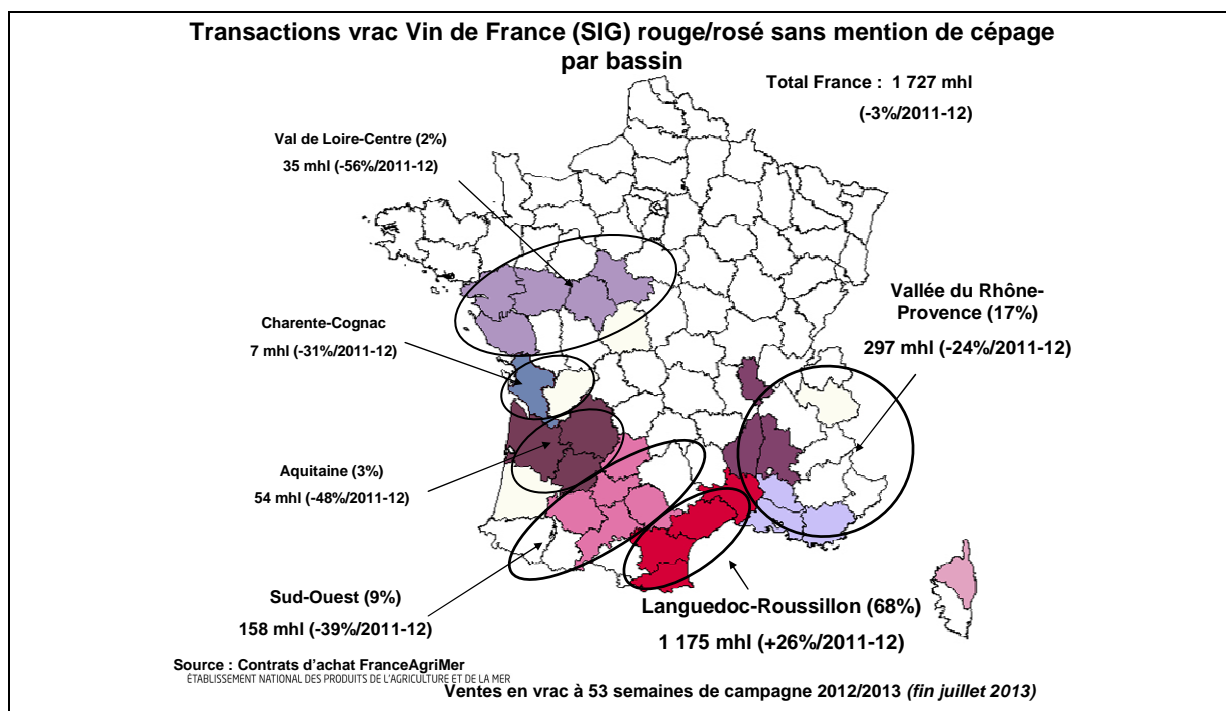
(graphique 6)

Sur une perspective historique plus longue, ces évolutions, notamment en rouge, permettent de confirmer un amortissement de la baisse des transactions de ce segment de marché. Toutes couleurs confondues, les ventes cumulées de la campagne restent toutefois encore inférieures de 10% par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes, ce qui s'explique encore principalement par la baisse des échanges de vins rouges (-19% / à la moyenne 5 ans) et à un moindre degré en rosés (-4% / à la moyenne) au regard des volumes élevés échangés sur 2007-2008. Bien qu'en retrait par rapport à leur niveau d'il y a dix ans, les ventes en blancs (+7% / à la moyenne) restent relativement stables dans le

temps évoluant cependant à la hausse ou à la baisse au gré des disponibilités à la vente en vins sur la zone Charente-Cognac.

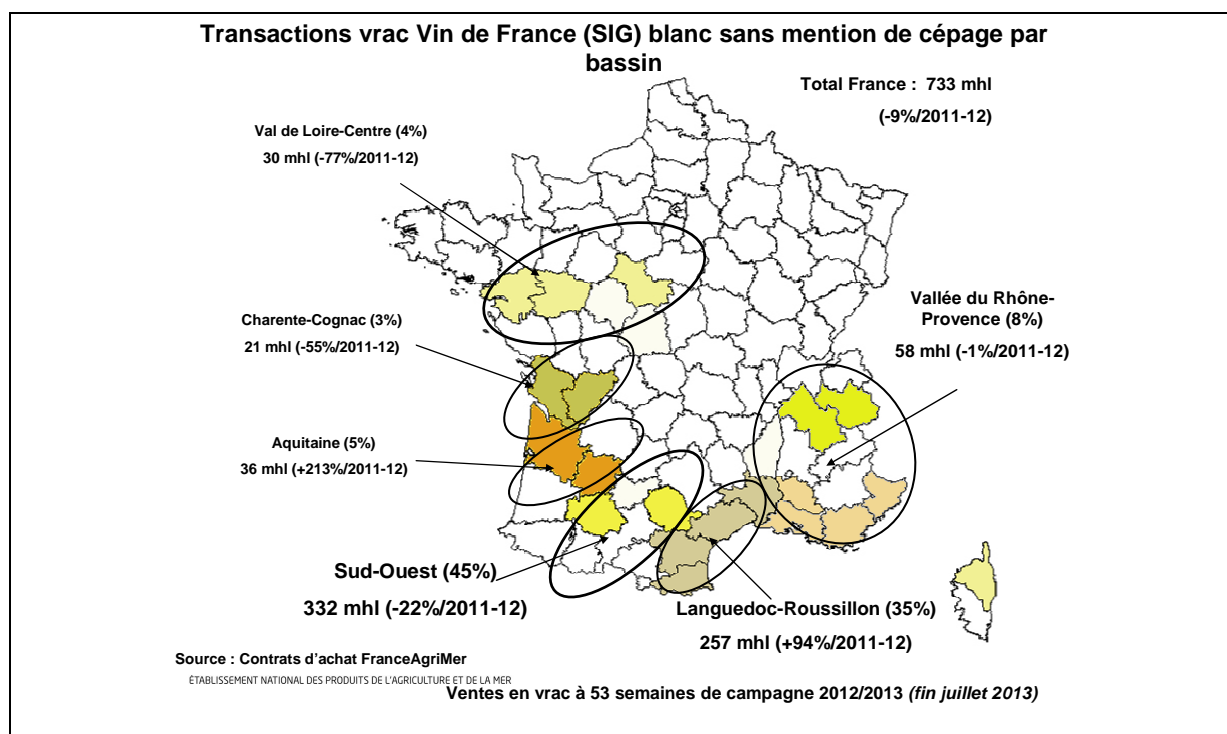
## Volumes Vin de France (SIG) sans mention de cépage par bassin

La répartition des ventes 2012-2013 de vins sans mention de cépage par bassin (cf. graphique 7a) permet d'observer qu'avec des transactions cumulées en rouge/rosé qui augmentent de 26% par rapport à la campagne précédente, le bassin Languedoc-Roussillon (1,175 million d'hl) est le seul à afficher une progression de ses ventes sur ce segment en restant le premier bassin de commercialisation pour ce type de produit. Tous les autres bassins enregistrent une diminution de leurs échanges qui résulte pour l'essentiel de la faiblesse de leur récolte 2012 et de leurs disponibilités réduites pour la vente en vins sans IG.



(graphique 7a)

D'après les informations contractuelles de la campagne, la diminution des échanges de vins blancs (cf. graphique 7b) s'explique quant à elle par une nette diminution des ventes sur le bassin Sud-Ouest (332 000 hl ; -22% / à 2011-2012), la première zone de commercialisation de ce type de vin en 2012-2013, et sur le bassin Val de Loire-Centre (30 000 hl ; -77%). Les échanges restent par contre quasiment stables sur Vallée du Rhône-Provence (58 000 hl ; -1%) et progressent sur le Languedoc-Roussillon (257 000 hl ; +94%), qui après trois campagnes plutôt faibles en raison de la concurrence des autres régions, retrouve des volumes plus habituels pour ce bassin.



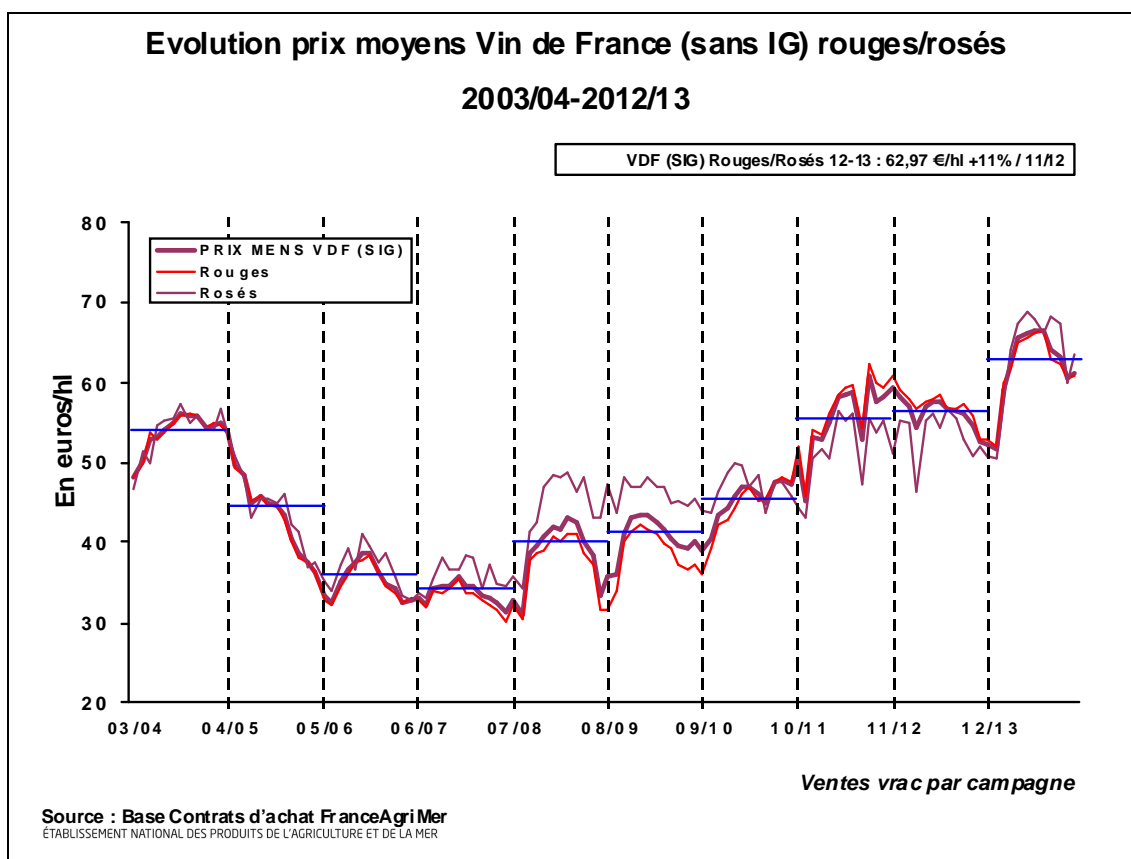
(graphique 7b)

## Prix moyens Vin de France (SIG)

Compte tenu des évolutions constatées sur les échanges en volume, le prix moyen Vin de France (SIG) de la campagne 2012-2013 s'établit toutes couleurs confondues à 65,40 €/hl, soit une progression de 18% par rapport à la campagne précédente. Comme pour les transactions en volume, cette hausse du prix moyen résulte d'une augmentation générale des cours qui peut être plus ou moins nuancée en fonction des couleurs et par le fait que les ventes aient fait ou non l'objet d'une mention de cépage.

Dans le détail des couleurs, l'analyse des évolutions hebdomadaires et mensuelles du prix moyen des vins rouges/rosés de la campagne permet ainsi d'observer qu'après une légère baisse en début de campagne occasionnée par le déstockage de millésimes plus anciens, les cours moyens de ces vins ont enregistré une forte augmentation (notamment en rosé) jusqu'au printemps dernier. A cette période, on observe toutefois que les prix ont enregistré un léger retournement consécutif au ralentissement de l'activité de fin de campagne et aux incertitudes sur la récolte 2013. Compte tenu de cette évolution très favorable sur la majeure partie de la campagne et malgré cette inflexion baissière de fin de campagne, le prix moyen des vins rouges/rosés 2012-2013 s'établit à 62,97 €/hl, ce qui représente une hausse de 11% par rapport à la campagne précédente.

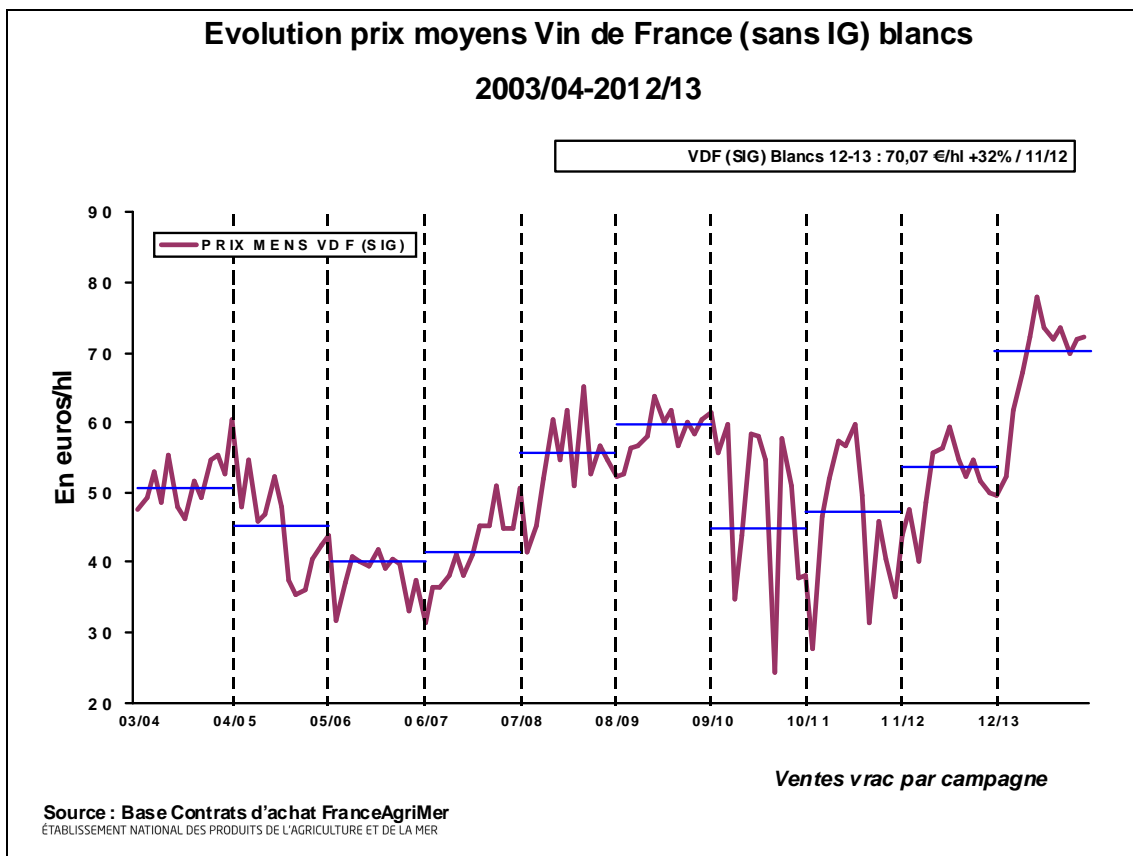
Avec des niveaux de prix qui sont désormais supérieurs à leurs plus hauts niveaux des dix dernières campagnes, cette évolution positive de la valorisation (+33% par rapport à la moyenne quinquennale) permet de confirmer le net redressement du cours des vins rouges/rosés observé depuis plusieurs campagnes sur cette catégorie (cf. graphique 8).



(graphique 8)

Fin juillet 2013, le prix moyen pondéré de la campagne en blanc (70,07 €/hl) apparaît aussi en progression par rapport à 2011-2012 (+32%) grâce à une forte augmentation des cours constatée jusqu'au printemps 2013. Comme en rouge/rosé, l'évolution des prix hebdomadaires conduit ensuite à observer une orientation baissière de la valorisation consécutive au ralentissement de l'activité de la dernière partie de la campagne. Cette évolution n'a toutefois pas remis en cause la hausse particulièrement marquée des prix observée sur l'ensemble de la campagne 2012-2013.

Dans une perspective historique plus longue, l'examen de l'évolution des prix sur les dix dernières campagnes (cf. graphique 9) et par rapport à la moyenne quinquennale (+37%) permet aussi de confirmer une bonne reprise de la valorisation de ces vins qui dépasse désormais assez nettement les plus hauts niveaux des campagnes 2008-2009 et 2003-2004.

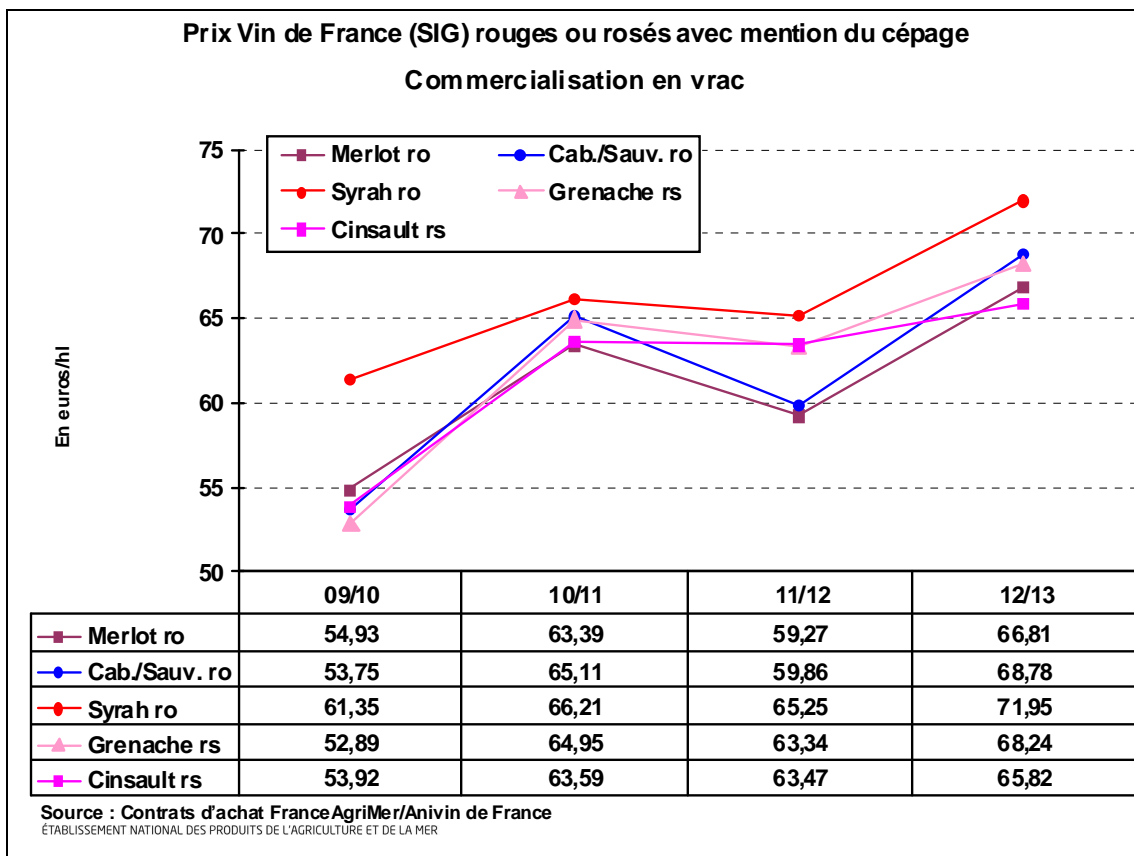


(graphique 9)

## Prix moyens Vin de France (SIG) mentionnant un cépage

Au terme de la campagne 2012-2013, l'analyse des prix en termes de cépages (cf. graphique 10) permet de constater que le prix moyen pondéré de Vin de France (SIG) mentionnant un cépage s'établit toutes couleurs confondues à 72,55 €/hl, soit une progression de 17% par rapport à la campagne précédente. Compte tenu des volumes disponibles sur ces vins et de la demande qu'ils ont pu susciter, cette évolution d'ensemble résulte d'une augmentation des prix qui a concerné toutes les couleurs.

Ainsi, d'une campagne sur l'autre, on observe que la valorisation moyenne des vins rouges/rosés (68,58 €/hl) est en hausse de 13 % par rapport à 2011-2012. Le cours moyen de campagne des vins blancs s'élèvent pour sa part à 77,64 €/hl (+20%) grâce à un net redressement des cours des vins vendus avec la mention d'un cépage ugni blanc qui s'établissaient jusqu'à lors à des niveaux très faibles.

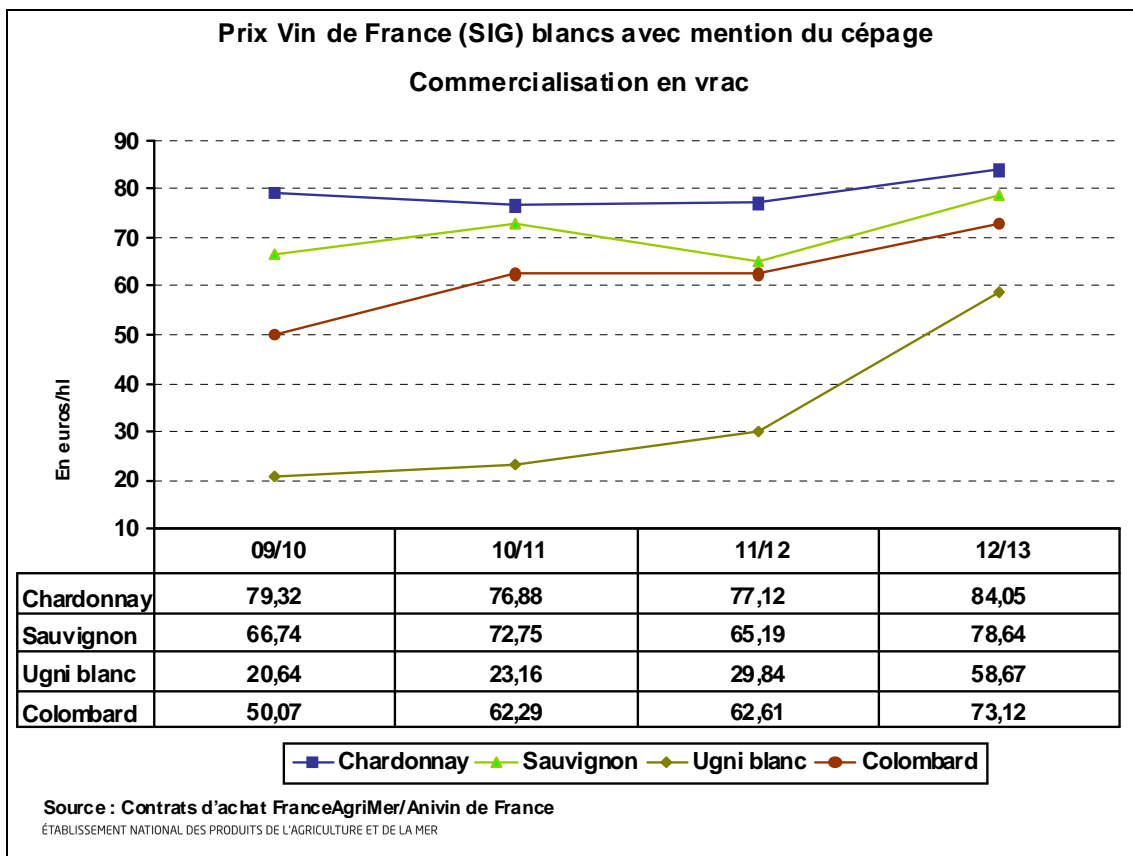


(graphique 10)

Dans le détail des cépages, on constate que la hausse du prix des vins mentionnant un cépage en 2012-2013 est largement associée à l'augmentation de la valorisation des trois cépages internationaux en rouge (merlot : 66,81 €/hl, +13% / 2011-2012; cabernet/sauvignon : 68,78 €/hl, +15% ; syrah : 71,95 €/hl, +10%) dont les volumes ont pu faire quelque peu défaut face à une demande désormais présente sur ce segment de marché. L'évolution du prix moyen des vins rosés s'explique en grande partie par un déficit des volumes disponibles à la vente de vins mentionnant un cépage grenache (68,24 €/hl ; +8%) et par une bonne demande sur le cinsault (65,82 €/hl ; +4%).

De la même manière, l'examen des ventes des vins mentionnant un cépage blanc (cf. graphique 11) fait apparaître que la progression globale de la valorisation de ces vins s'explique par une progression du cours des deux principaux cépages internationaux que sont le chardonnay (84,05 €/hl ; +9% / à 2011-2012) et le sauvignon (78,64 €/hl ; +21%). Comme lors de la campagne précédente, cette évolution résulte aussi de la poursuite du redressement du cours des vins de cépage ugni blanc (29,84 €/hl ; +29%) qui revient vers des niveaux de prix plus cohérents.

Parmi les vins mentionnant un autre cépage blanc, on peut aussi distinguer le muscat (74,89 €/hl ; -4% / à 2011-2012) dont les volumes commercialisés en vins sans IG ont aussi été plus importants qu'en 2011-2012 et le colombar qui a bien été valorisé avec une moyenne de 73,12 €/hl (+17%) sur l'ensemble de la campagne 2012-2013.



(graphique 11)

## Prix moyens Vin de France (SIG) mentionnant un cépage par bassin

Au regard de l'évolution des ventes en volume, la distinction assez marquée de la valorisation Vin de France (SIG) des différents bassins que l'on avait observée en 2011-2012, s'est quelque peu estompée au profit de niveaux de prix un peu plus homogènes et représentatifs des disponibilités plus réduites sur la campagne.

A fin juillet 2013, l'analyse des ventes des vins rouges/rosés mentionnant un cépage fait ainsi apparaître une moindre différence entre les cours de ces produits vendus dans les bassins Languedoc-Roussillon (69,25 €/hl ; +6% / 2011-2012) ou Vallée du Rhône-Provence (70,38 €/hl ; +9%) et ceux des vins commercialisés sur les bassins Aquitaine (66,42 €/hl ; +16%), Sud-Ouest (66,27 €/hl ; +20%) et Val de Loire-Centre (58,38 €/hl ; +21%).

Ce constat reste moins tranché pour les prix des vins de cépages blancs dont les évolutions par bassin peuvent varier en fonction du poids de leurs ventes sur les principaux cépages (chardonnay, colombard, sauvignon, ugni blanc). De façon générale, la situation des bassins sur cette couleur apparaît donc plus hétérogène avec des écarts de valorisation plus importants entre Languedoc-Roussillon (79,00 €/hl ; +6% / 2011-2012), Sud-Ouest (78,09 €/hl ; +18%), Val de Loire-Centre (63,56 €/hl ; +21%) ou encore de Charente-Cognac (58,83 €/hl ; +104%). Les valorisations moyennes des deux principales régions d'approvisionnement (Sud-Ouest et Languedoc-Roussillon) sont toutefois très proches l'une de l'autre en 2012-2013.

## Prix moyens Vin de France (SIG) sans mention de cépage

Comme sur le segment des vins sans Indication Géographique mentionnant un cépage, l'analyse des ventes de commercialisation de la campagne permet de constater une augmentation globale des cours de Vins de France (SIG) sans mention de cépage par rapport à la campagne précédente et par rapport à la moyenne quinquennale (62,04 €/hl ; +19% / 2011-2012 ; +33 % / à la moyenne 5 ans) qui s'explique ici par une hausse sur les blancs (64,83 €/hl ; +39% / 2011-2012 ; +32% / à la moyenne), moins disponibles en volume, mais surtout sur les rosés (62,99 €/hl ; +21% / 2011-2012 ; +31% / à la moyenne), relativement bien demandés. L'augmentation du prix moyen des rouges est pour sa part un peu plus modérée avec un prix moyen de campagne qui s'élève à 60,01 €/hl (+8% / 2011-2012 ; +33% / à la moyenne).

## Prix moyens Vin de France (SIG) sans mention de cépage par bassin

La répartition des prix moyens de la campagne par bassin des vins sans Indication Géographique vendus sans mention de cépage permet d'observer que la valorisation des vins rouges/rosés est en progression sur tous les bassins de commercialisation.

Contrairement à ce que l'on avait pu observer à la fin de la campagne 2011-2012, les prix moyens de campagne des principaux bassins de commercialisation de la campagne qui s'achève ont été relativement proches les uns des autres, notamment sur Languedoc-Roussillon (61,48 €/hl ; +6% / 2011-2012 ; +31% / à la moyenne 5 campagnes), Vallée du Rhône-Provence (61,34 €/hl ; +12% / 2011-2012 ; +38% / à la moyenne), Sud-Ouest (59,73 €/hl ; +23% / 2011-2012 ; +39% / à la moyenne). La valorisation des autres bassins (Val de Loire-Centre, Bourgogne-Beaujolais-Savoie-Jura, Charente-Cognac) reste peu représentative compte tenu de la faiblesse des volumes vendus et de la nature des vins commercialisés, le plus souvent en annexe d'une activité principale en AOC/AOP.

De la même manière, la valorisation moyenne en blanc progresse sur tous les bassins de production avec des écarts de prix toutefois plus marqués qu'en rouge/rosé.

D'un bassin à l'autre, les variations par rapport à la campagne précédente apparaissent aussi plus importantes en fonction de leurs disponibilités de la campagne et de l'orientation plus ou moins marquée de leurs productions sur des produits d'appellation d'origine. L'augmentation des prix est ainsi relativement modérée sur le Languedoc-Roussillon (62,87 €/hl ; +11% / 2011-2012 ; +13% / à la moyenne 5 campagnes) et la Vallée du Rhône-Provence (70,28 €/hl ; +17% / 2011-2012 ; +27% / à la moyenne). Elle est par contre plus marquée sur les bassins Sud-Ouest (67,25 €/hl ; +43% / 2011-2012 ; +26% / à la moyenne), Val de Loire-Centre (54,46 €/hl ; +53% / 2011-2012 ; +68 % / à la moyenne) ou encore Aquitaine (62,62 €/hl ; +48% / 2011-2012 ; +41% / à la moyenne) qui ont pu être quelque peu pénalisés dans la commercialisation de leurs volumes sur ce segment.

## Recette Vin de France (SIG)

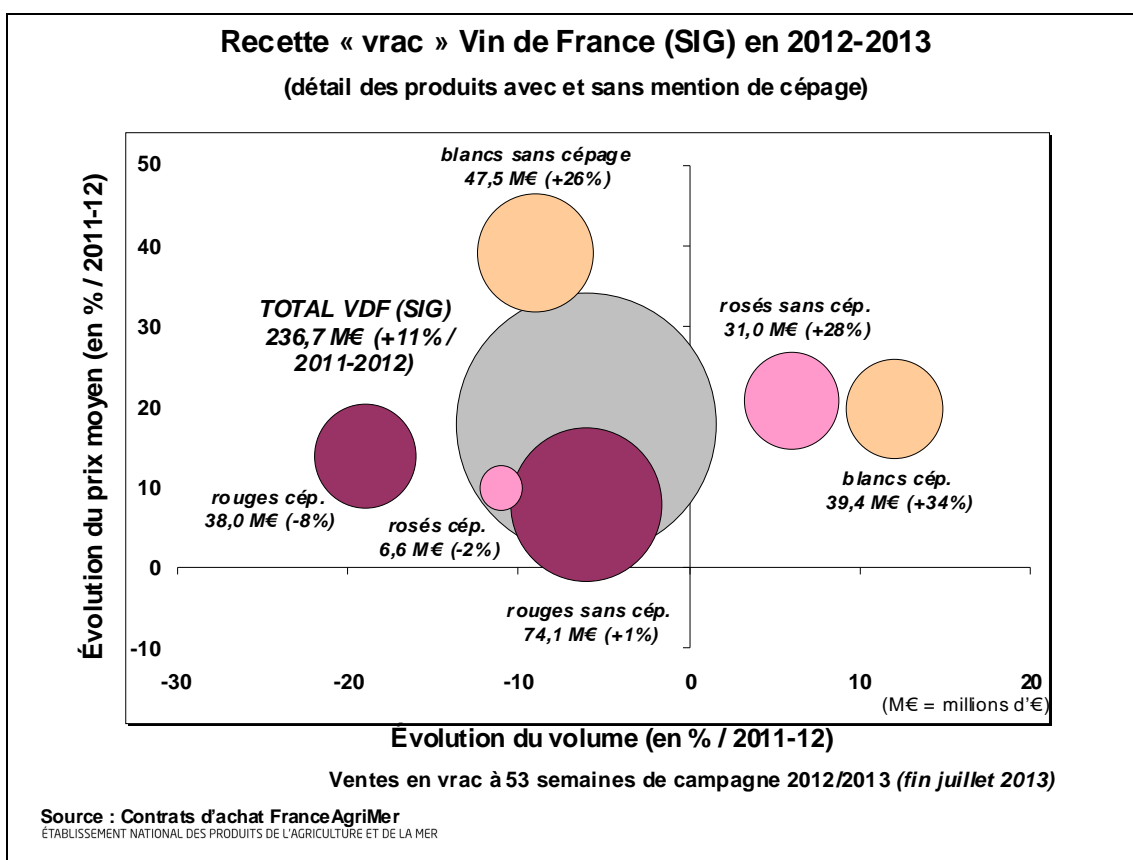
Compte tenu de l'évolution des prix et des volumes de la campagne 2012-2013, la recette « vrac » des ventes de Vin de France (SIG) à la propriété (prix moyens x volumes) est en bonne progression par rapport à 2011-2012. Elle s'élève à 236,7 millions d'euros, soit 11% de plus que celle de la campagne précédente.

De manière générale (cf. graphique 12), on observe, en termes de couleurs, que cette évolution positive concerne surtout les vins blancs et rosés : 86,9 millions d'euros de chiffres



d'affaires en blanc (+29% / 2011-2012 ; +92% / à la moyenne 5 campagnes) ; 37,6 millions d'euros en rosés (+21% / 2011-2012 ; +39 % / à la moyenne). La recette en rouge est par contre légèrement inférieure à celle de la campagne précédente (112,2 millions d'euros ; -2% / 2011-2012 ; +36% / à la moyenne).

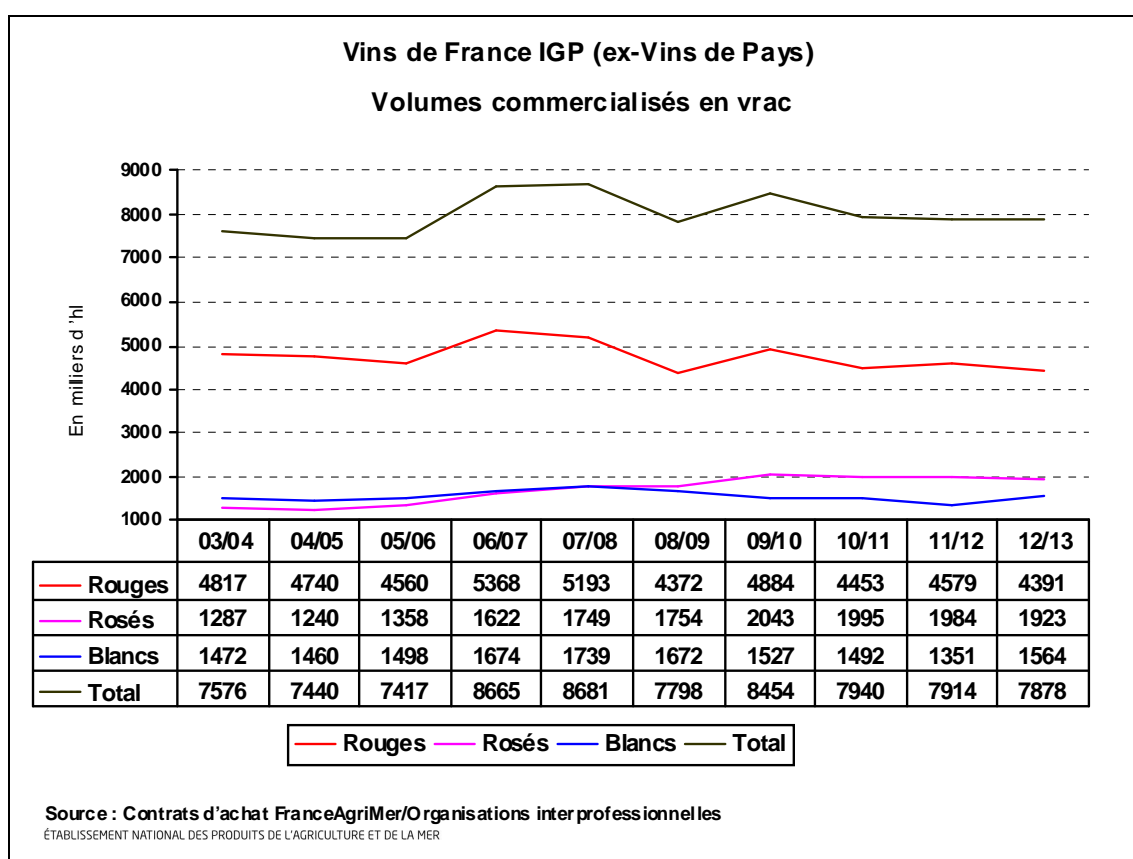
De manière cohérente avec le poids de chacun des segments, la distinction des ventes en fonction de la mention ou non d'un cépage conduit pour sa part à observer que le gain de recette de la campagne résulte encore principalement de l'activité commerciale portant sur des vins sans mention de cépage (recette : 152,6 millions d'euros ; +13% / 2011-2012). Le gain de recette généré par la commercialisation des vins mentionnant un cépage (recette : 84,0 millions d'euros ; +8% / 2011-2012) est moins important suite aux volumes plus réduits de vins rouge qui ont été vendus sur ce segment de marché en 2012-2013.



(graphique 12)

## Marché « vrac » Vins à Indication Géographique Protégée (IGP)

Au terme de la campagne 2012-2013, les ventes cumulées de vins de France à Indication Géographique Protégée s'élèvent toutes couleurs confondues à 7,878 millions d'hl, soit un volume très proche de celui qui avait été échangé en 2011-2012 (-1%) et une légère baisse de 3% par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes.



(graphique 13)

Le détail des transactions de ces vins par couleur (cf. graphique 13) conduit toutefois à constater que cette évolution d'ensemble est quelque peu contrastée en fonction des couleurs et de la mention (ou non) d'un cépage lors de la commercialisation.

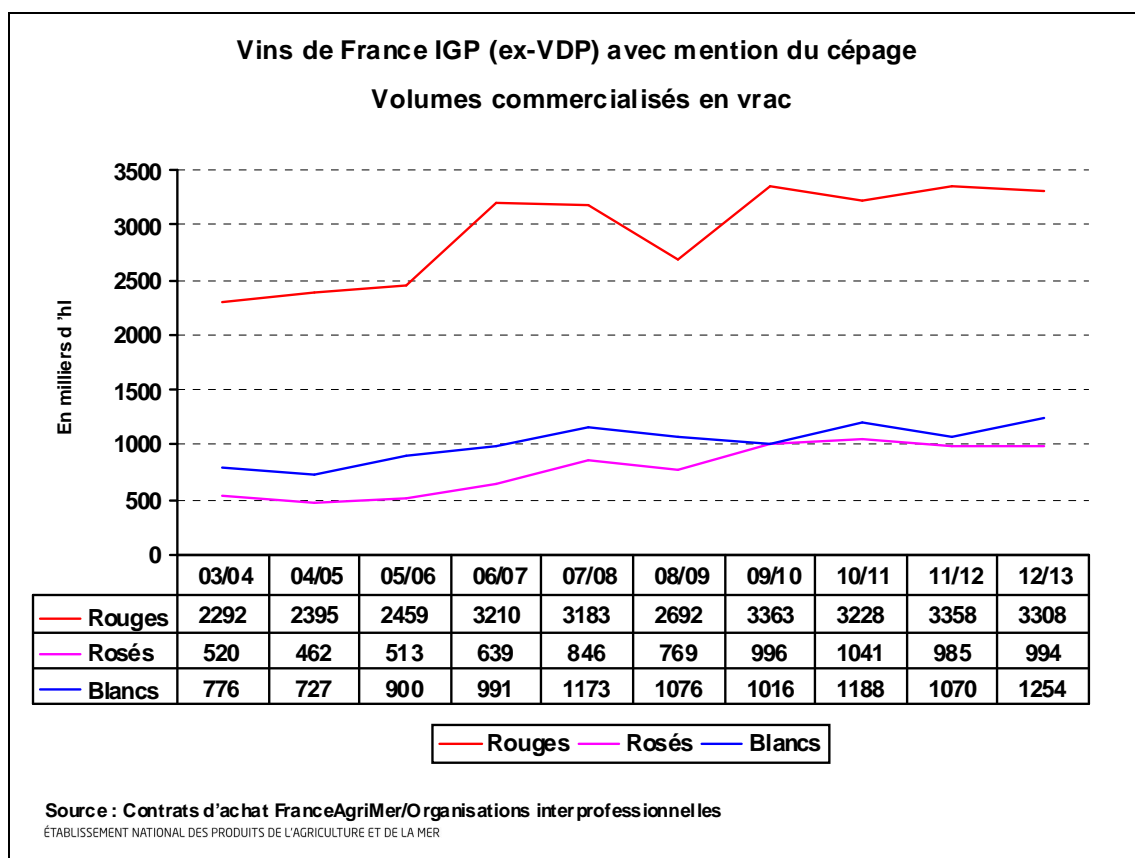
Malgré l'importance du déstockage de vins du millésime 2011 destiné à venir compenser la faiblesse de la récolte déclarée en 2012, on observe ainsi que le marché des vins IGP affiche un léger retrait de ses transactions de vins rouges (4,391 millions d'hl ; -4% / 2011-2012 ; -7% / à la moyenne cinq campagnes) et de vins rosés (1,923 million d'hl ; -3% / 2011-2012 ; +1% / à la moyenne).

Le marché des vins à IGP blancs (1,564 million d'hl ; +16% / 2011-2012 ; +1% / à la moyenne quinquennale) enregistre pour sa part un bonne reprise de transactions avec des volumes qui reviennent à leur niveau de la moyenne quinquennale. Compte tenu des disponibilités 2012-2013 relativement comparables à celles de 2011-2012 et de la demande

qui a pu s'exprimer en début de campagne sur cette couleur, on constate que cette évolution favorable des ventes en volume entraîne une hausse des prix. Elle devrait aussi mécaniquement se traduire par un certain allègement des stocks disponibles à la vente en vrac.

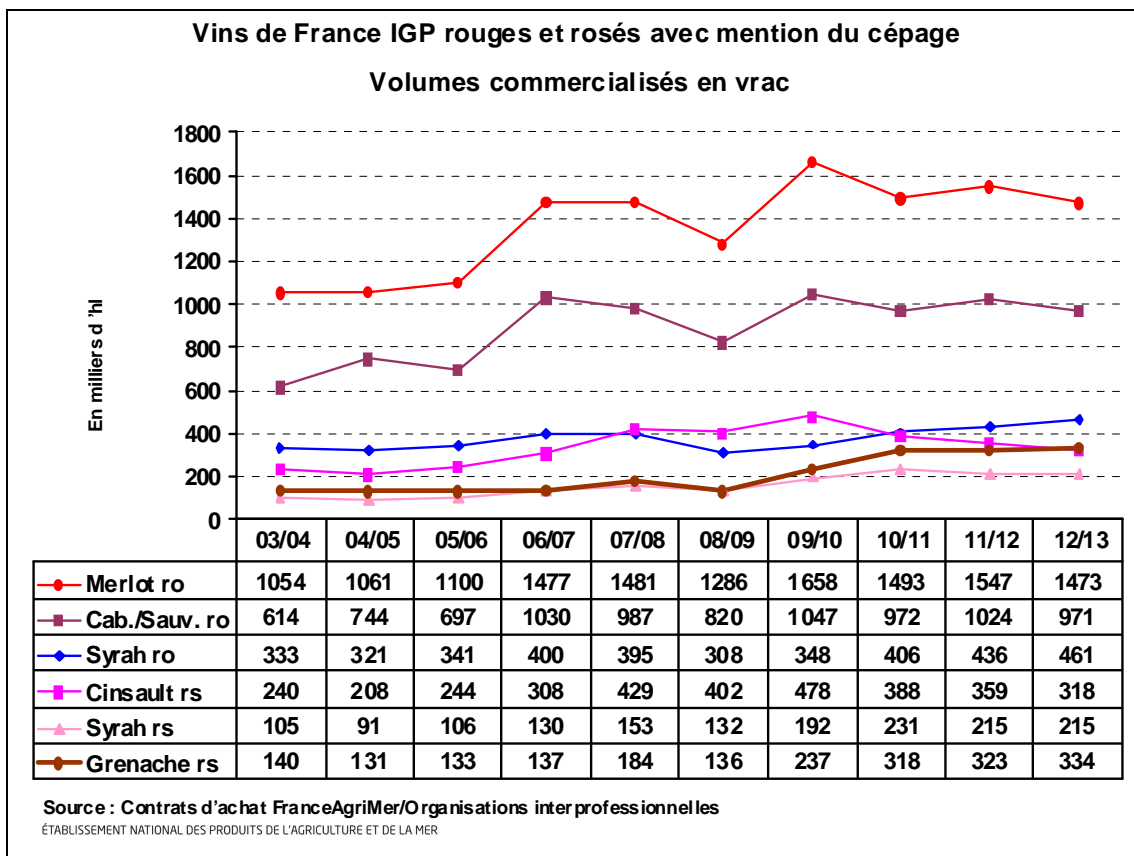
## Volumes Vins de France IGP avec mention de cépage

Au terme de la campagne 2012-2013, l'analyse des ventes en termes de cépages (cf. graphique 14) permet de constater que les transactions cumulées de vins à IGP mentionnant un cépage s'établissent à 5,557 millions d'hl, soit un niveau légèrement supérieur à celui de la campagne 2011-2012 (+3%) et en hausse de 7% par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes. Cette évolution des échanges sur le principal segment en volume du marché des vins IGP résulte principalement de la bonne tenue des échanges des vins de l'IGP Pays d'Oc qui représente quasiment l'essentiel des volumes (93% des échanges 2012-2013 de vins IGP de cépages).



(graphique 14)

L'évolution de la commercialisation de ce segment varie en fonction des couleurs avec un léger repli des transactions en rouge (3,308 millions d'hl ; -2 % / à 2011-2012 ; +5% / à la moyenne quinquennale), une quasi stabilité des échanges de rosé (0,994 million d'hl ; +1% / 2011-2012 ; +7% / à la moyenne) et des ventes de blanc qui sont en nette progression par rapport à la campagne précédente à 1,255 million d'hl (+17% / 2011-2012 ; +14% / à la moyenne).

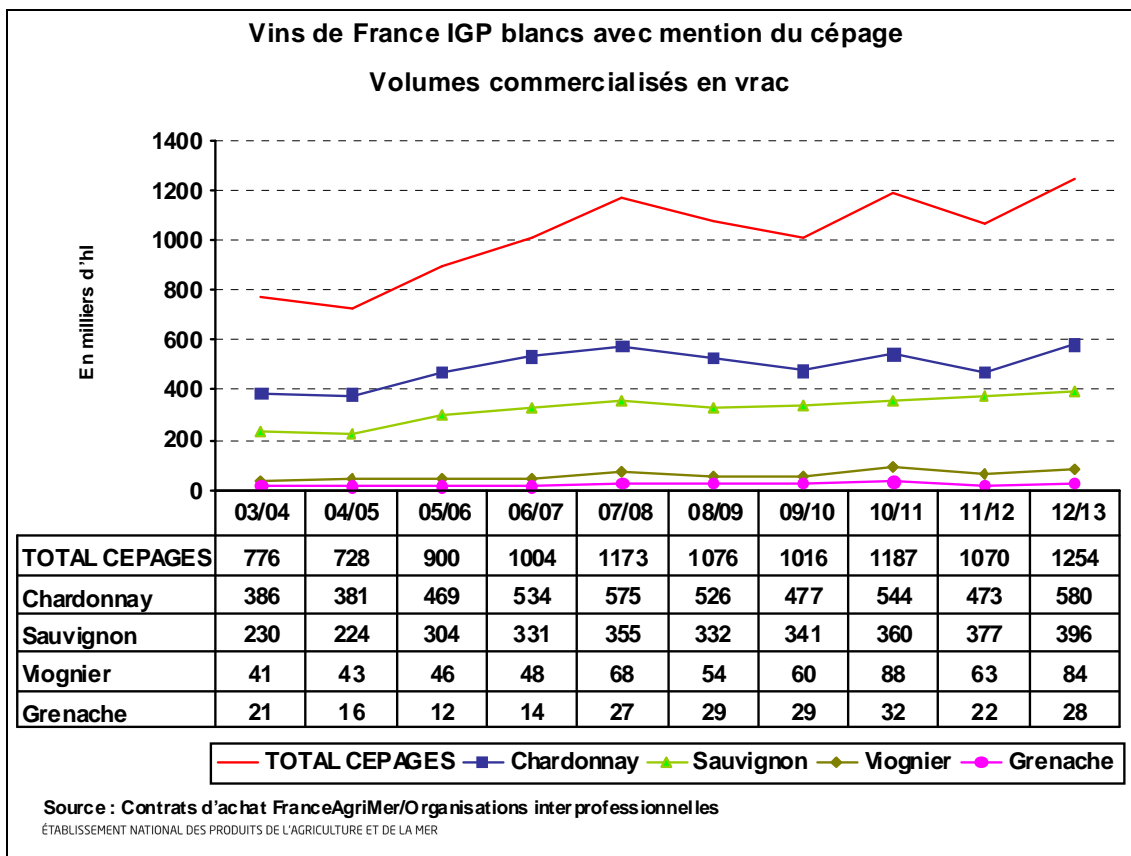


(graphique 15)

L'analyse des ventes sur les principaux cépages rouges (cf. graphique 15) conduit à constater que cette évolution de la campagne 2012-2013 résulte d'un léger retrait des transactions de vins IGP mentionnant un cépage merlot (1,473 million d'hl ; -5% / 2011-2012) ou cabernet-sauvignon (0,971 million d'hl ; -5%), tandis que les volumes de syrah ont poursuivi leur croissance avec 0,460 million d'hl vendus en 2012-2013 (+8%). Sur le long terme, cette orientation commerciale n'infirme pas l'observation d'une certaine concentration des échanges sur ces trois grands cépages internationaux. Malgré la progression du grenache, les transactions portant sur les autres cépages apparaissent par contre plus réduites et plus étales sur les dix dernières années.

Par rapport à 2011-2012, l'évolution des transactions en rosé résulte pour sa part d'une légère progression des ventes portant sur le cépage grenache (0,334 million d'hl ; +3% / 2011-2012) et d'une stabilité des volumes commercialisés avec la mention d'un cépage syrah (0,215 million d'hl). Les échanges de vins mentionnant un cépage cinsault apparaissent par contre en baisse (0,318 million d'hl ; -11%). Sur les dix dernières campagnes, on constate de fait une poursuite du recul des ventes réalisées à partir de ce cépage productif qui est quelque peu compensée par la hausse des transactions mentionnant un cépage grenache (plus qualitatif) ou syrah.

Sur les blancs, la reprise des ventes (cf. graphique 16) s'explique largement par le rebond des transactions mentionnant un cépage chardonnay (0,580 million d'hl ; +23% / à 2011-2012), et une légère progression des échanges d'IGP de cépage sauvignon (0,396 million d'hl ; +5%), les deux principaux cépages vendus sur ce segment. Bien qu'en progression par rapport aux campagnes antérieures, la commercialisation des vins mentionnant un autre cépage (viognier, grenache, muscat, ...) reste encore quelque peu confidentielle en vrac.



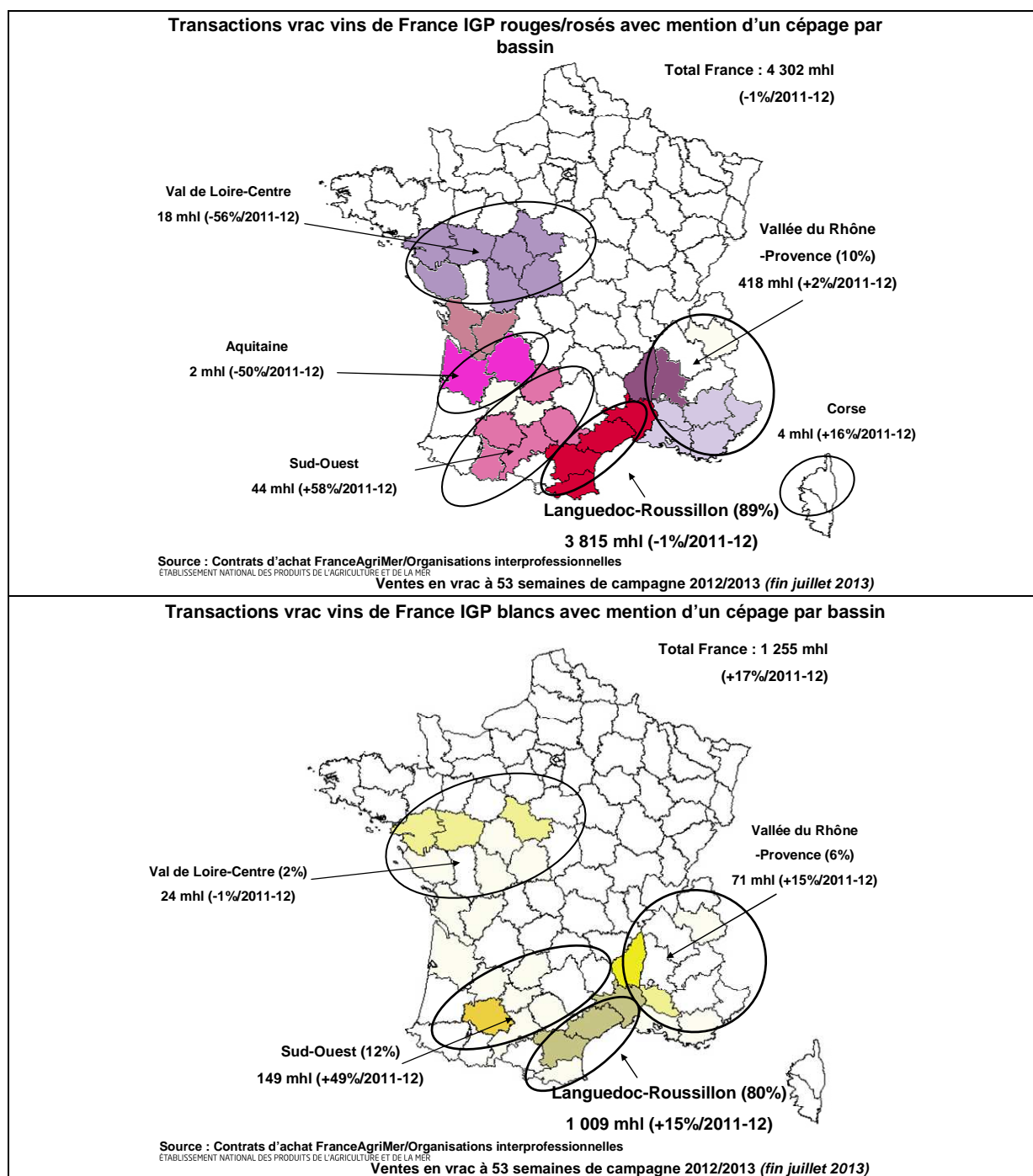
(graphique 16)

## Volumes Vins de France IGP avec mention de cépage par bassin

Le détail de l'analyse des transactions de la campagne par bassin (cf. graphique 17) permet de constater que la baisse des volumes rouges/rosés (4,302 millions d'hl ; -1% / 2011-2012 ; +5% / à la moyenne cinq campagnes) provient pour l'essentiel d'un léger retrait des ventes d'IGP du bassin Languedoc-Roussillon (3,815 millions d'hl ; -1% / 2011-2012) qui représentent ici près de 90 % des transactions (majoritairement en IGP Pays d'Oc).

De manière générale, la commercialisation de ce type de vins reste donc relativement anecdotique sur les autres bassins à l'exception du bassin Vallée du Rhône-Provence (0,418 million d'hl ; +2% / à 2011-2012) dont les ventes progressent tout de même régulièrement depuis plusieurs années.

Compte tenu de sa position dominante sur le segment des vins IGP blancs mentionnant un cépage (80% des échanges), le bassin Languedoc-Roussillon (1,009 million d'hl ; +15% / 2011-2012) est celui qui explique la majeure partie de la hausse des échanges de la campagne. Les deux autres bassins significatifs sur ce segment que sont le bassin Sud-Ouest (149 000 hl ; +49%) et le bassin Vallée du Rhône-Provence (71 000 hl ; +15%) enregistrent aussi une bonne augmentation de leurs volumes grâce à des disponibilités qui se maintiennent par rapport à celles de la campagne précédente.



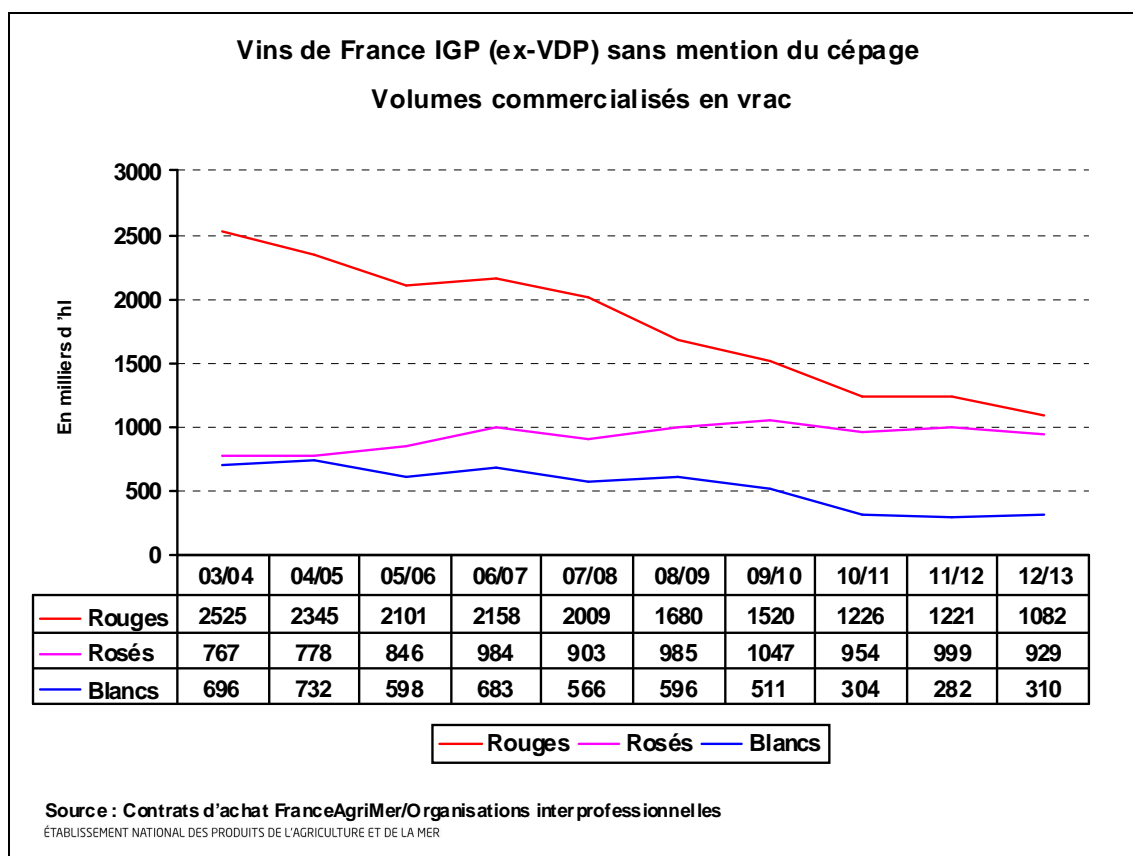
(graphique 17)

## Volumes Vins de France IGP sans mention de cépage

Au terme de la campagne 2012-2013, les échanges cumulés des vins IGP ne mentionnant pas de cépage s'élèvent pour leur part à 2,321 millions d'hl, soit une baisse de 7% par rapport à 2011-2012 qui résulte d'un recul des transactions en rouge (1,082 million d'hl ; -11%) et en rosé (0,929 million d'hl ; -7%) qui n'a pas pu être compensé par une hausse des volumes en blanc (0,310 million d'hl ; +10%). En première analyse, cette situation est expliquée sur le Languedoc-Roussillon par un contrôle interprofessionnel plus strict que les années précédentes de la revendication IGP des volumes contractualisés. Conjoncturellement, il n'est pas impossible qu'une partie des volumes habituellement commercialisés sur ce segment aient pu être vendus en 2012-2013 avec une mention de

cépage, plus rémunératrice en raison de la faiblesse de la récolte 2012. Une partie de ces volumes pourrait aussi avoir fait l'objet d'un déclassement vers la catégorie des vins sans Indication Géographique dont la valorisation peut aussi désormais apparaître attractive.

Sur une perspective historique plus longue (cf. graphique 18), on observe que les ventes de la campagne sont en forte diminution (-22%) par rapport à la moyenne quinquennale, ce qui semble confirmer une tendance structurelle à la baisse des transactions en rouge, à un moindre degré en blanc, de ce segment de marché qui souffre de son positionnement intermédiaire entre les vins sans IG et les IGP de cépages. La commercialisation en rosé reste par contre assez stable sur les dernières campagnes, voire en légère progression par rapport à son niveau d'il y a 10 ans.



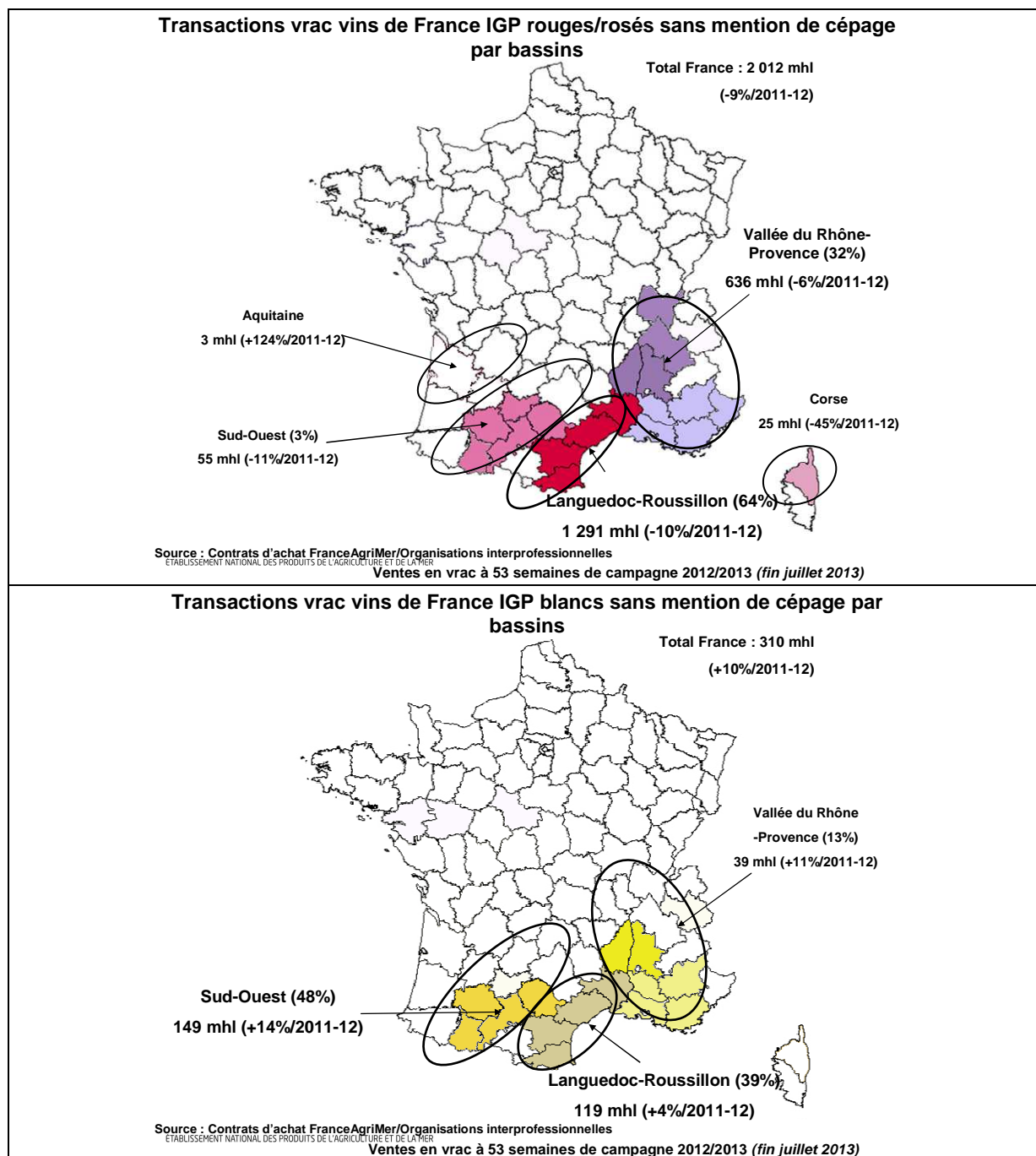
(graphique 18)

## Volumes Vins de France IGP sans mention de cépage par bassin

D'une campagne sur l'autre, l'analyse des transactions par bassin (cf. graphique 19) montre que l'essentiel de la baisse des transactions rouges/rosées de ce segment (2,012 millions d'hl ; -9% / 2011-2012) résulte du recul des échanges du bassin Languedoc-Roussillon (1,291 million d'hl ; -10%), en particulier sur l'IGP du département de l'Hérault, et du bassin Vallée du Rhône-Provence (0,636 million d'hl ; -6%). L'historique des ventes de segment de marché permet toutefois de constater que le Languedoc-Roussillon reste de loin le principal bassin de commercialisation pour ce type de vin malgré des volumes qui ont été pratiquement divisés par deux sur les dix dernières années.

S'agissant des vins blancs, on observe que la hausse des transactions de la campagne réalisées sur des vins sans mention de cépage concerne tous les bassins qui

commercialisent ce type de vin, soit : +14% pour le Sud-Ouest à 149 000 hl ; +4% pour le Languedoc-Roussillon à 119 000 hl et +11% pour Vallée du Rhône-Provence à 39 000 hl.



(graphique 19)

## Prix moyens Vins de France IGP

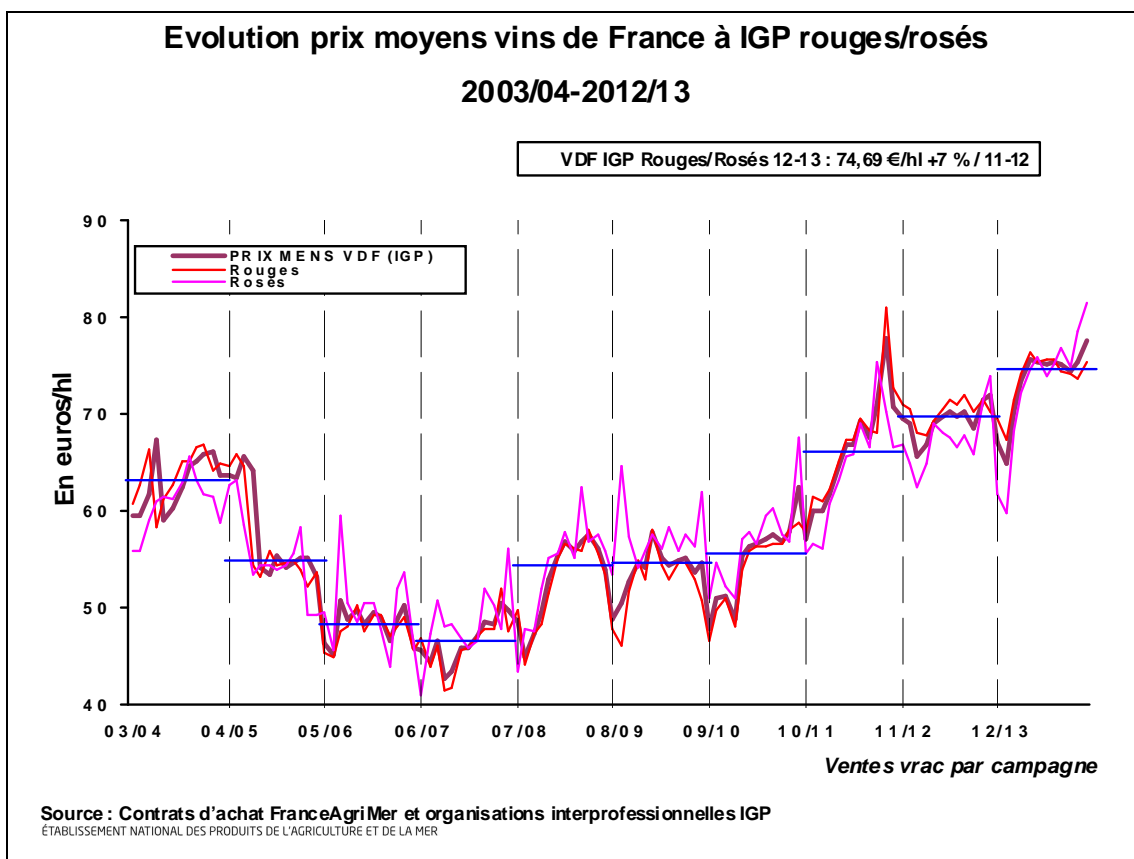
A fin juillet 2013, on observe que le prix moyen pondéré des vins à Indication Géographique Protégée toutes couleurs confondues s'élève à 76,92 €/hl, ce qui représente une hausse de 8% par rapport à 2011-2012 et une progression de près de 20% par rapport à la moyenne quinquennale.



Compte tenu de la faiblesse globale de la campagne et d'une demande visiblement présente sur une bonne partie de la campagne, on constate que cette hausse concerne à l'ensemble des couleurs et des segments.

L'analyse des ventes par couleur permet ainsi de constater qu'après une baisse saisonnière en début de campagne, les prix rouges/rosés se sont rapidement repris pour terminer la campagne à la hausse sous l'effet d'une demande appuyée en rosé. Fin juillet 2013, ils s'établissent en moyenne à 74,69 €/hl en progression de 7% par rapport à 2011-2012 et de 24% par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes.

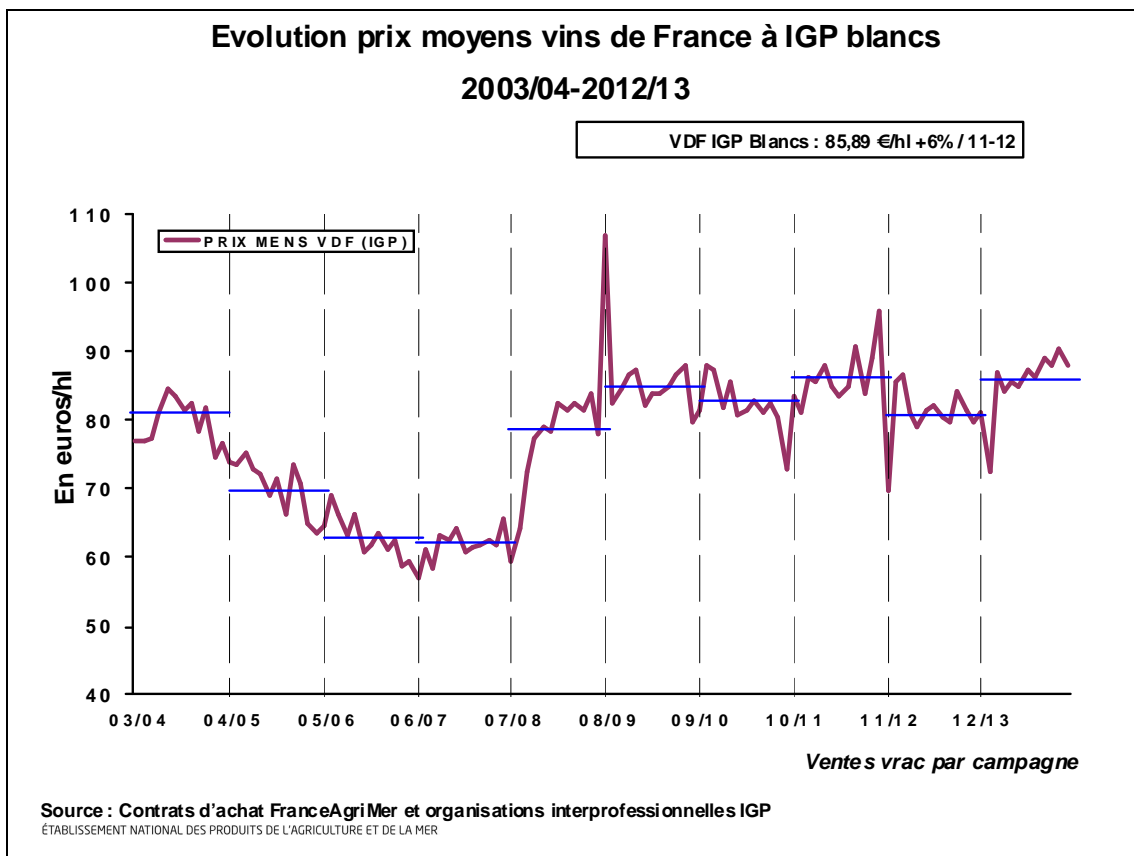
Sur le long terme (cf. graphique 20), cette évolution favorable de la valorisation en rouge/rosé confirme de nouveau l'amélioration des prix par rapport aux campagnes 2005-2006 et 2006-2007, à un niveau désormais bien supérieur à celui de la campagne 2003-2004.



(graphique 20)

Après une correction saisonnière de début de campagne associée au déstockage de l'ancien millésime, les prix hebdomadaires des vins blancs se sont rapidement repris avant de s'inscrire sur une tendance haussière sous l'effet d'une demande présente jusqu'au terme de la campagne. De fait, à fin juillet 2013, le prix moyen de la campagne s'établit à 85,89 €/hl, soit une progression de 6% par rapport à la campagne précédente et de 4 % par rapport à la moyenne quinquennale.

Sur une perspective historique longue (cf. graphique 21), cette évolution favorable de la campagne permet donc une nouvelle fois de mesurer le redressement des cours des vins IGP blancs par rapport à ses plus bas niveaux de 2005-2006 et 2006-2007. Elle permet aussi de confirmer une certaine stabilisation des prix au dessus des 80 €/hl sur les campagnes les plus récentes.



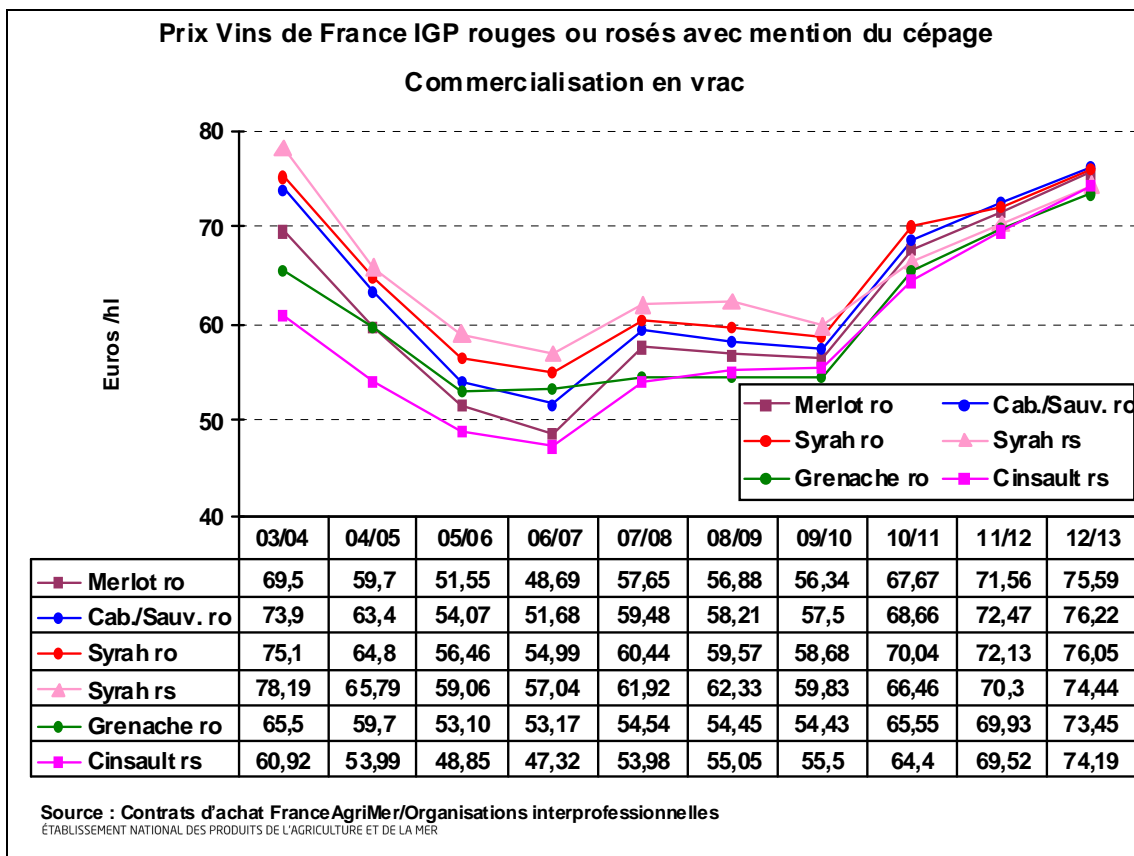
(graphique 21)

## Prix moyens Vins de France IGP avec mention de cépage

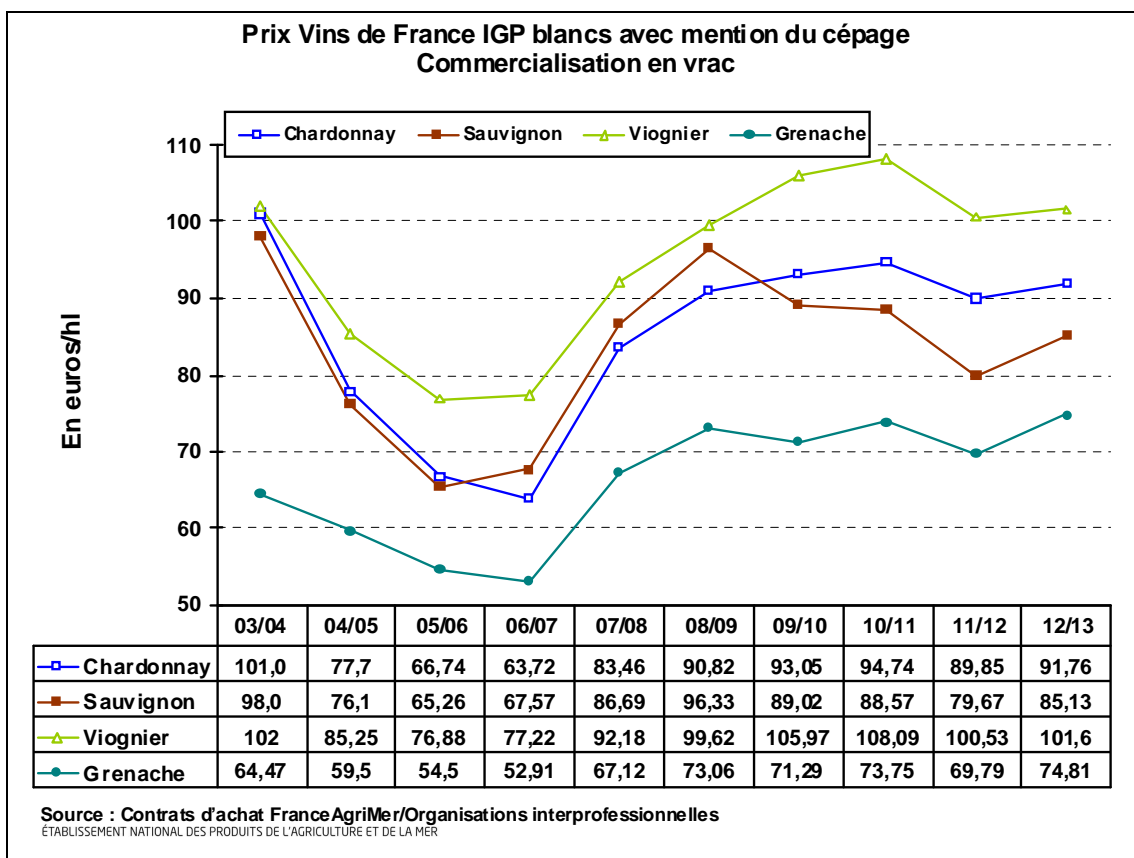
L'analyse des ventes en termes de cépages permet de constater que le prix moyen de campagne des vins à IGP mentionnant un cépage s'établit toutes couleurs confondues à 79,19 €/hl, soit une progression de 6% par rapport à 2011-2012 et de 16% par rapport à la moyenne quinquennale. Conformément au déroulement de la commercialisation en volume décrite ci-dessus, cette évolution d'ensemble concerne toutes les couleurs avec une augmentation de la valorisation moyenne en rouge/rosé (76,49 €/hl ; +6% / à 2011-2012 ; +21% / à la moyenne) et en blanc (88,43 €/hl ; +5% / 2011-2012 ; +1% / à la moyenne).

Dans le détail des principaux cépages mentionnés (cf. graphique 22), la progression du prix moyen des IGP mentionnant un cépage rouge ou rosé résulte principalement de la hausse des cours du merlot (71,59 €/hl ; + 6% / à 2010-2011), du cabernet-sauvignon (72,48 €/hl ; +6%) en rouge et du cinsault (69,52 €/hl ; +8%) et du grenache (68,92 €/hl ; +8%) en rosé. De manière générale, on observe que tous les principaux cépages utilisés en mention de cépage enregistrent une augmentation de leur valorisation moyenne par rapport à la campagne précédente et par rapport à leurs plus bas niveaux des campagnes 2005-2006 et 2006-2007.

A plus long terme, on remarque désormais qu'à l'exception de la syrah, utilisée en rosé, les prix des vins mentionnant un des trois grands cépages internationaux sont désormais supérieurs à leurs niveaux élevés de la campagne 2003-2004. L'évolution des prix confirme aussi la tendance au resserrement des écarts de valorisation entre les principales mentions de cépages observée depuis quelques années.



(graphique 22)



(graphique 23)

Compte tenu des volumes échangés, la hausse du prix des vins IGP blancs mentionnant un cépage (cf. graphique 23) s'explique largement par la progression des cours moyens des vins mentionnant un cépage sauvignon (85,13 €/hl ; +7% / 2011-2012) qui rebondi après trois campagnes de baisse et à un moindre degré, un cépage chardonnay (91,76 €/hl ; +2%). Comme en rouge/rosé, on observe en moyenne que tous les vins mentionnant l'un des principaux cépages vendus en vrac (viognier : 101,60 €/hl ; +1% ; grenache : 74,81 €/hl ; +7%) bénéficient en 2012-2013 d'une augmentation de prix en liaison avec une demande visiblement présente.

L'évolution historique sur les dix dernières campagnes permet aussi de mesurer le redressement de la valorisation de ces vins qui est désormais bien supérieure à celle des campagnes 2005-2006 et 2006-2007. Pour le chardonnay et le sauvignon, les prix moyens 2012-2013 restent toutefois encore moins élevés que ceux de 2003-2004. De manière générale, on observe aussi que la hiérarchie de la valorisation des différents cépages est plus marquée que sur les rouges et rosés.

## Prix Vins de France IGP avec mention de cépage par bassin

Fin juillet 2013, la répartition des prix moyens de ces vins par bassin est assez cohérente avec les évolutions commerciales de la campagne en volume et se traduit par une hausse des cours sur tous les bassins de production, à l'exception de la Corse. Dans le détail des bassins, on observe que les cours moyens des vins rouges/rosés des deux principaux bassins de production de ces vins (Languedoc-Roussillon (76,52 €/hl ; +6% / 2011-2012) ; Vallée du Rhône-Provence (76,25 €/hl ; +6%)) ont été relativement proches l'un de l'autre, progressant de manière comparable par rapport à la campagne précédente.

Compte tenu de l'importance des volumes commercialisés sur les principaux bassins de production en blanc (cf. plus haut), les écarts et les évolutions de valorisation sont par contre un peu plus marqués sur cette couleur avec des prix qui se sont établis en moyenne à 88,48 €/hl sur le Languedoc-Roussillon, à 80,77 €/hl sur le Sud-Ouest (+11%) et à 99,36 €/hl sur Vallée du Rhône-Provence (+1%).

## Prix Vins de France IGP sans mention de cépage

Comme sur les segments des vins IGP mentionnant un cépage, l'analyse détaillée des ventes permet de constater que le prix de campagne des vins vendus sans mention de cépage (71,48 €/hl) est aussi en progression par rapport à la campagne précédente (+10% / 2011-2012) et par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes (+26%) du fait d'une bonne augmentation sur les blancs (75,59 ; +14% / 2011-2012 ; +7% / à la moyenne), mais aussi sur les rouges (67,97 €/hl ; +8% / 2011-2012 ; +34% / à la moyenne) et les rosés (74,19 €/hl ; +12% / 2011-2012 ; +23% / à la moyenne).

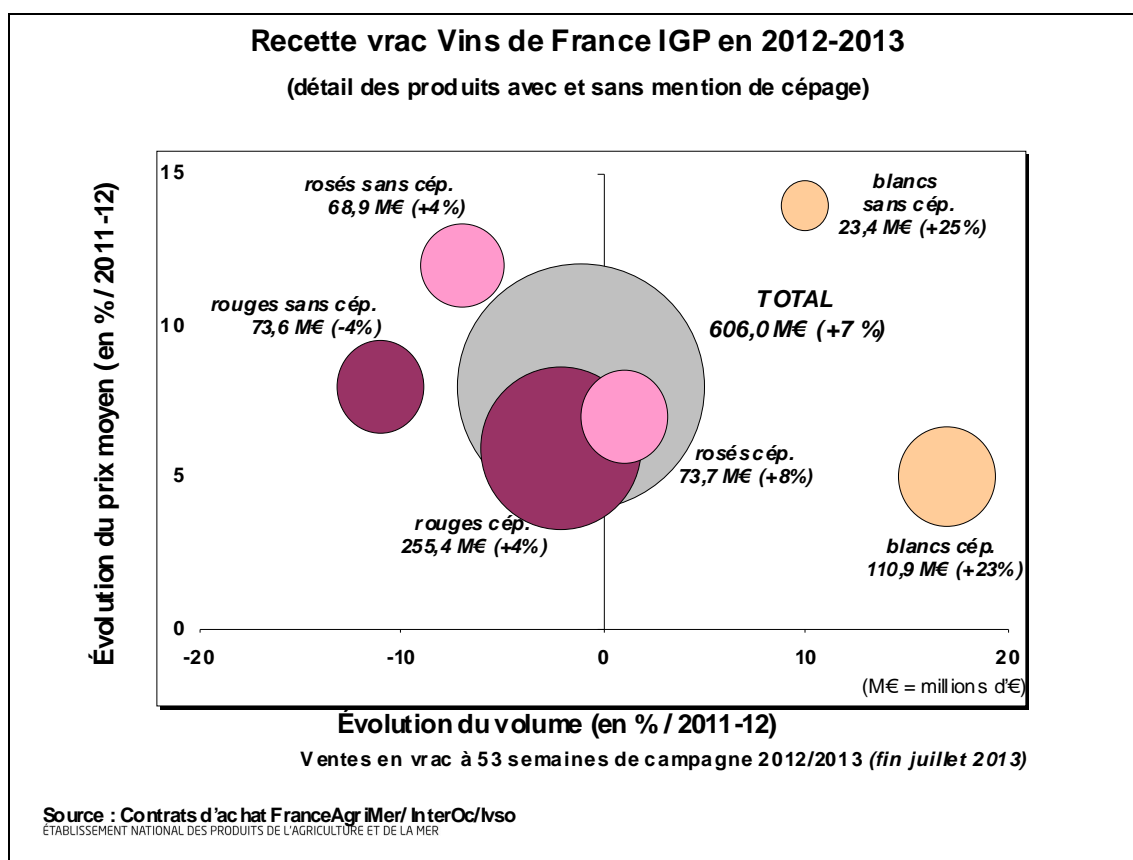
## Prix Vins de France IGP sans mention de cépage par bassin

L'analyse des cours de ces vins sur les principaux bassins de commercialisation permet d'observer que tous les bassins, sauf le Val de Loire-Centre enregistrent une augmentation des prix. Cette évolution d'ensemble dénote toutefois d'une situation qui a pu être quelque peu différenciée en fonction des disponibilités à la vente en vrac de chaque bassin. Sur les rouges/rosés, on constate ainsi que la moyenne des prix du bassin Vallée du Rhône-Provence (74,79 €/hl ; +15%) est plus élevée que celle du Languedoc-Roussillon (68,35 €/hl ; +8% / 2011-2012), ce qui peut résulter d'une réduction des quantités disponibles à la

vente sur ce segment dans la Vallée du Rhône. La valorisation de ces vins sans mention de cépage en blanc est aussi en forte progression sur le bassin Sud-ouest (73,04 €/hl ; +23% / 2011-2012), ce qui marque aussi un retour à un niveau plus normal au regard d'un prix moyen 2011-2012 qui avait été assez faible.

## Recette Vins de France IGP

Au regard des évolutions de prix et de volumes constatés en 2012-2013, la recette associée à la vente vrac de Vins de France à Indication Géographique Protégée à la propriété (cf. graphique) est en légère progression par rapport à 2011-2012. Elle s'élève à 606,0 millions d'euros, soit 7% de plus que lors de la campagne précédente (+15% / à la moyenne cinq campagnes).



(graphique 24)

L'analyse des ventes par couleur permet de constater que cette évolution d'ensemble résulte principalement d'une augmentation de la recette en blancs (134,3 millions d'euros ; +23 % / 2011-2012 ; +4% / à la moyenne quinquennale) et en rosés (135,1 millions d'hl ; +4% / 2011-2012 ; +23% / à la moyenne). Le chiffre d'affaires en rouges progresse de manière plus modérée à 328,9 millions d'euros avec une hausse de 2% par rapport à 2011-2012 (+17% / à la moyenne).

Dans le détail des transactions en rouges et en rosés, il convient toutefois de distinguer la situation des ventes en fonction de la mention ou non d'un cépage. Au terme de la campagne, on constate ainsi que seule la recette générée par l'activité du marché des vins rouges sans mention de cépage (73,5 millions d'euros ; -4% / 2011-2012 ; -5% / à la moyenne) est en recul par rapport à la campagne précédente, principalement en raison du recul des volumes enregistrés en 2012-2013 sur le Languedoc-Roussillon. Malgré une

légère baisse des ventes en rouges, le chiffre d'affaires vrac du segment des vins rouges/rosés mentionnant un cépage (329 millions d'euros ; +5% / 2011-2012 ; +27% / à la moyenne) est par contre de nouveau en progression grâce à sa bonne tenue sur la campagne.

Sur les blancs, on observe que l'augmentation de la recette vrac générée par l'activité des vins mentionnant un cépage (110,9 millions d'euros ; +23% / 2011-2012 ; +15% / à la moyenne) résulte largement d'un retour de volumes après une campagne 2011-2012 plus difficile. La progression du chiffre d'affaires des vins ne mentionnant pas de cépage (23,4 millions d'euros ; +25% / 2011-2012 ; -27% / à la moyenne) est expliquée par la combinaison d'une légère hausse des volumes vendus et de la revalorisation des prix du segment. Cette évolution est toutefois très conjoncturelle au regard de la perte en volume enregistrée sur les cinq dernières campagnes.

### **Focus marché des vins avec ou sans mention de cépage**

*L'analyse globale du marché des vins de France à IGP et du marché Vin de France (SIG) en termes de cépage fait apparaître que la commercialisation des vins de cépages est en légère progression (6,715 millions d'hl en 2012/13 ; +1% / 2011/12) en accroissant légèrement sa part des ventes en volume (58 %) par rapport à celle des vins ne mentionnant pas de cépage (42%).*

*Au terme de la campagne, l'approvisionnement de cet ensemble provient toujours largement de la catégorie des vins de France IGP qui représentent 83% des volumes échangés avec une mention de cépage. Malgré les moindres volumes vendus en Vin de France (SIG) en 2012-2013, on constate que ces vins semblent avoir désormais trouvé une place sur le marché avec une part des ventes de 17%, légèrement inférieure à celle de la campagne précédente (19%), mais assez supérieure à celle de 2010/11 (11%).*

*Dans le détail des couleurs, on observe que cette évolution est plus marquée en vins rouges (3,863 millions d'hl en 2012/13, dont 14 % en Vin de France (SIG) et 86% de vins de France IGP) et en blancs (1,762 million d'hl, dont 29% de vins SIG et 71% de vins IGP). La commercialisation des vins de cépages rosés (1,090 million d'hl) reste par contre très largement assurée à partir des échanges de la catégorie des vins de France IGP (91% des volumes) et seulement 9% des volumes en Vin de France (SIG).*

*De la même manière, l'observation globale des chiffres d'affaires (prix x volumes) des marchés Vins de France IGP et Vin de France (SIG) mentionnant un cépage (524 millions d'euros ; +9% / 2011/12) permet de constater un maintien à 16% de la part de marché valeur du segment Vin de France (SIG)(84 millions d'euros) qui s'explique par la forte progression des prix de ces vins en 2012/13. Par rapport à la campagne précédente, la part de marché valeur des vins de France IGP (84%) reste aussi stable et toujours dominante à 440,0 millions d'euros grâce à un léger accroissement des ventes en volume et une augmentation plus modérée des prix.*

*L'analyse des transactions des vins vendus sans mention de cépage en 2012/13, en baisse par rapport à 2011-2012 (4,782 millions d'hl ; -6 %), conduit pour sa part à constater une stabilité de la répartition de l'approvisionnement de l'ensemble de ces vins avec une part toujours légèrement majoritaire provenant de la catégorie des vins sans IG (51 %) et une part issue de la catégorie des vins IGP qui représente 49% des échanges.*

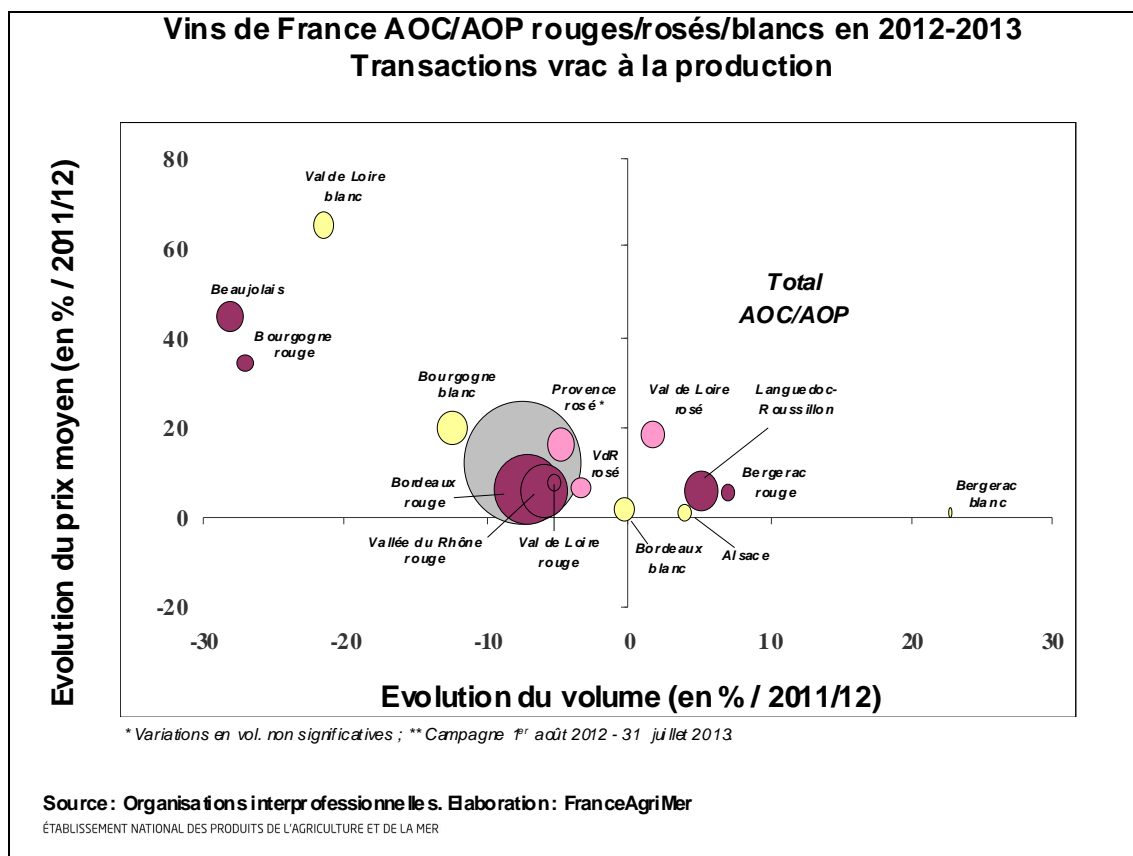
*Compte tenu des moindres volumes commercialisés sur certaines IGP vendues sans mention de cépage, la répartition des transactions permet ici d'observer que cette situation est aussi différenciée en fonction des couleurs. Sur l'ensemble des vins rouges sans cépage*

*(2,318 millions d'hl), la part des vins sans IG représente ainsi 53% des échanges contre 47% pour celle des vins IGP. L'approvisionnement du marché des vins sans mention de cépage en blanc (1,043 million d'hl) est aussi majoritairement assuré à partir de la catégorie des vins sans IG (70%). En revanche, la commercialisation des vins rosés sans mention de cépage (1,421 million d'hl) reste ici aussi plus largement assurée à partir de la catégorie des vins de France IGP qui représente 65% des volumes vendus.*

*L'observation globale du chiffre d'affaires de l'ensemble du marché Vins de France IGP et Vin de France (SIG) sans mention de cépage (318,6 millions d'euros ; +7% / 2011/12) permet de constater un maintien à 48% de la part de marché valeur du segment Vin de France (SIG)(152,6 millions d'euros) qui résulte d'une baisse des volumes et d'une forte progression des prix. Malgré un recul de échanges, la part de marché valeur des vins de France IGP (52%) reste aussi stable à 165,9 millions d'euros grâce à une augmentation modérée des prix.*

*De manière générale, l'analyse de ventes de la campagne 2012-2013 permet de confirmer le rôle dominant de la catégorie des vins de France (IGP) dans la structure du marché vrac à la production et le caractère encore conjoncturel des évolutions de ventes des vins sans Indication Géographique. Malgré la faiblesse de la récolte 2012, on constate que l'impact sur les transactions de cette dernière catégorie a été relativement limité grâce à l'utilisation des stocks, ce qui a pu lui permettre de contribuer à l'accroissement de la recette de l'ensemble des vins IGP et sans IG mentionnant (ou non) un cépage.*

## Marché « vrac » Vins d'Appellation d'Origine Contrôlée/Protégée (AOC/AOP)



(graphique 25)

### Volumes Vins de France AOC/AOP

D'après les informations fournies par les organisations interprofessionnelles qui enregistrent les transactions « vrac » des Vins de France d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC/AOP), la situation des ventes de ces vins à 12 mois de campagne 2012-2013 (cf. graphique 25) fait apparaître un recul des transactions cumulées par rapport à la campagne précédente en liaison avec la faiblesse de la récolte et donc de disponibilités à la vente en vrac réduites.

L'observation des données fait apparaître que cette évolution d'ensemble résulte principalement d'une baisse des transactions en rouge sur les appellations bordelaises, de la Vallée du Rhône, de Bourgogne, de la Vallée de la Loire et du Beaujolais. Concernant les blancs, on constate que les ventes de la campagne ne progresseraient qu'en Alsace (où le vrac ne représente toutefois qu'une faible part du marché total de l'appellation) et seraient stables sur les appellations bordelaises. Les échanges apparaissent par contre en net recul sur la Bourgogne et le Val de Loire en raison de la faiblesse de la récolte. La situation commerciale est un peu plus hétérogène en rosé avec un rattrapage des transactions de la Vallée de la Loire par rapport à la campagne 2011-2012, mais un recul des échanges sur la Vallée du Rhône et la Provence (évolutions inter-campagne pas forcément significatives).

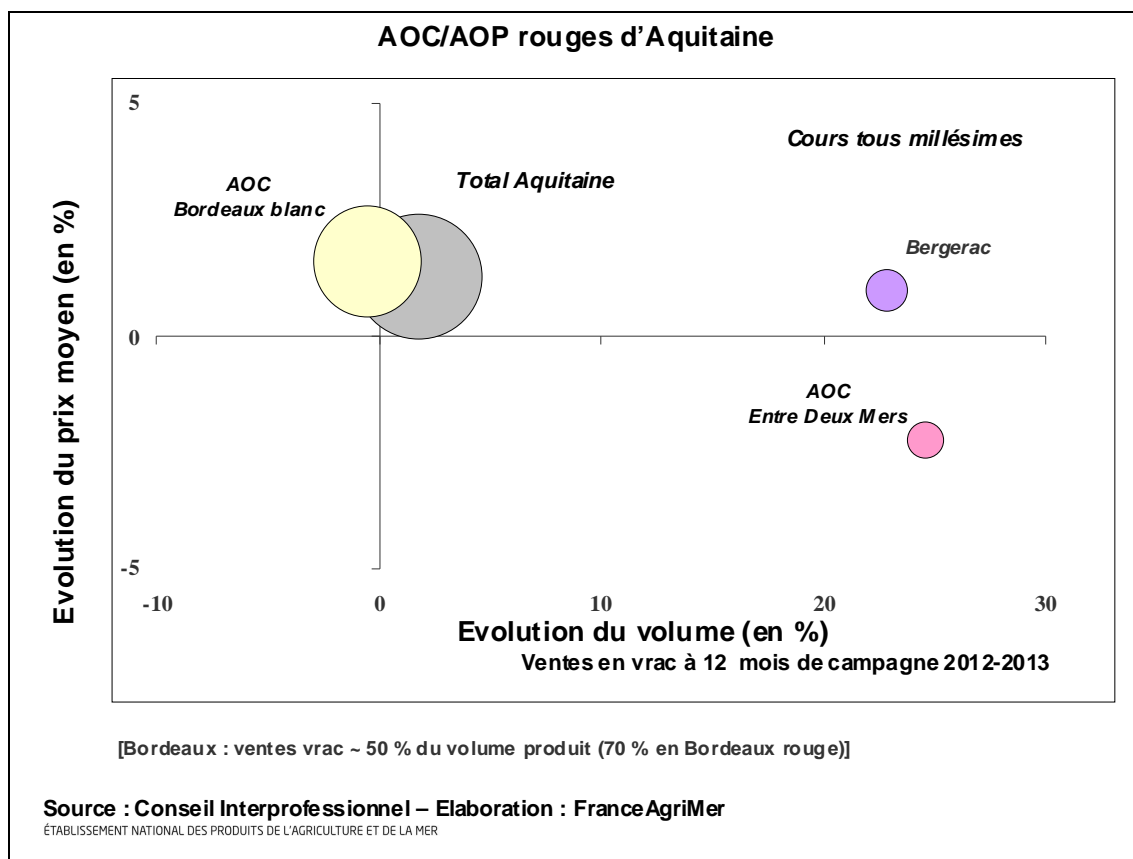


## Prix Vins de France AOC/AOP

Compte tenu du niveau de faiblesse globale de la récolte en volume et de la demande qui a pu s'exprimer sur ces vins, la variation des prix moyens de campagne des principaux groupes d'appellations affiche de fait une progression plus ou moins importante.

La hausse est toutefois plus marquée sur les appellations du Val de Loire en blanc ou de Bourgogne et du Beaujolais en rouge pour lesquels les volumes disponibles à la vente en vrac semblent avoir fait défaut. Elle est plus modérée sur les appellations girondines, de la Vallée du Rhône ou du Languedoc-Roussillon qui avaient déjà enregistré une progression en 2011-2012.

## Vins AOC/AOP rouges d'Aquitaine



Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
Appellations de Gironde		
Groupe Bordeaux	1 850,4 mhl	-5%
Groupe Médoc Graves	212,4 mhl	-13%
Groupe Libournais	208,4 mhl	-8%
Groupe Côtes	320,4 mhl	-13%
Appellations de Dordogne		
Bergerac rouge	162,5 mhl	+7%

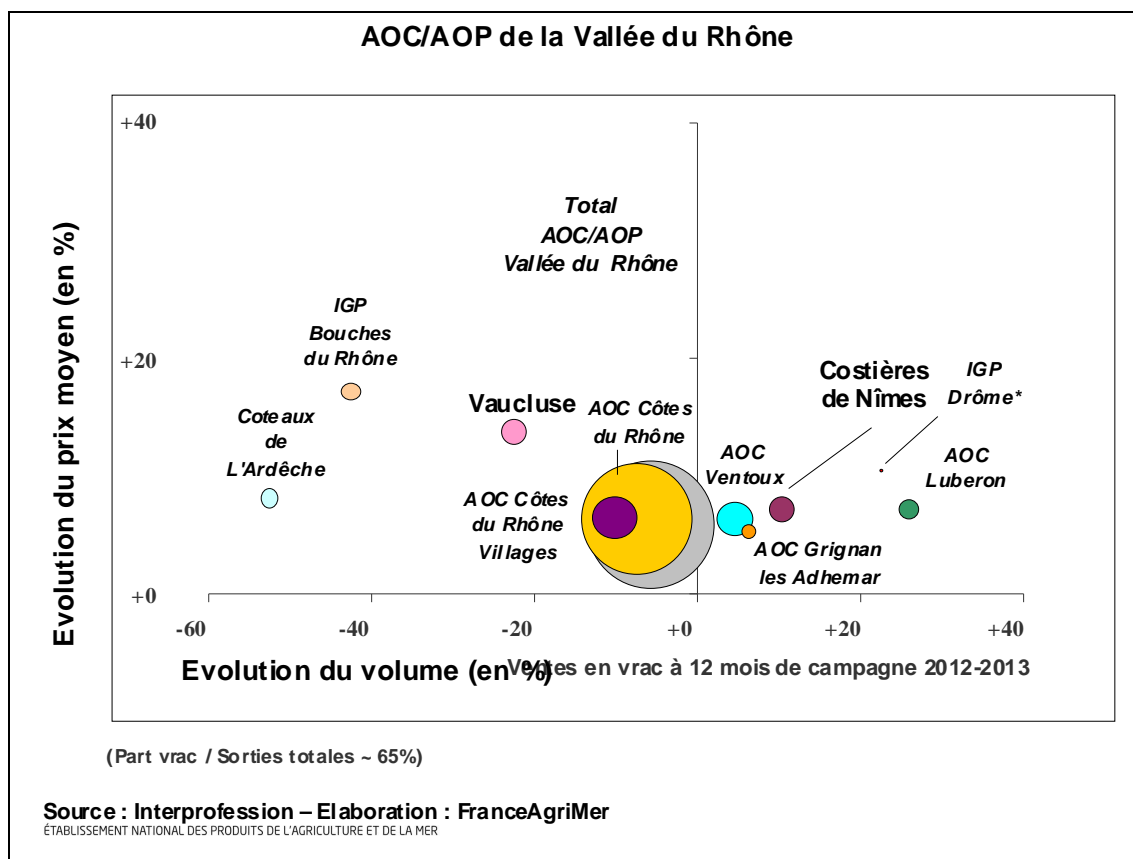
*Source : Conseils Interprofessionnels Bordeaux, Bergerac.*

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl juillet 2013	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 12 mois	Variation /n-1
Appellations de Gironde				
Groupe Bordeaux (prix A.O.C. Bordeaux*)	121 €	+15%	115 €	+9%
Groupe Médoc Graves (prix A.O.C. Médoc**)	213 €	+3%	205 €	+9%
Groupe Libournais (prix A.O.C. St-Emilion**)	381 €	+2%	381 €	+3%
Groupe Côtes (prix toutes A.O.C. Côtes*)	125 €	+6%	126 €	+4%
Appellations de Dordogne				
Bergerac rouge**	92 €	+8%	89 €	+6%

\* prix millésime 2011 \*\* prix tous millésimes

*Source : Conseils Interprofessionnels Bordeaux, Bergerac.*

## Vins AOC/AOP rouges de la Vallée du Rhône



les volumes			
en milliers d'hl		Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013			
A.O.C. Côtes du Rhône		1 045,8 mhl	-8%
A.O.C. Côtes du Rhône Villages		164,0 mhl	-10%
A.O.C. Côtes du Ventoux		102,4 mhl	+5%
A.O.C. Costières de Nîmes		47,0 mhl	+10%
A.O.C. Grignan les Adhémar		16,0 mhl	+6%
A.O.C. Côtes du Luberon		30,6 mhl	+26%
I.G.P. Côteaux de l'Ardèche		24,8 mhl	-52%
I.G.P. Drôme		1,5 mhl	+22%
I.G.P. Vacluse		50,2 mhl	-23%
I.G.P. Bouches du Rhône		25,3 mhl	-43%

AOC Grignan les Adhémar = Précédemment AOC Tricastin.

Source : InterRhône

les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois* en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne* en euros/hl à 12 mois	Variation /n-1
	juillet 2013			
A.O.C. Côtes du Rhône	115,2 €	+7%	113,7 €	+6%
A.O.C. C. du Rhône Villages (1)	193,3 €	+23%	168,5 €	+5%
A.O.C. C. du Rhône Villages (2)	148,9 €	+18%	138,0 €	+7%
A.O.C. Côtes du Ventoux (3)	97,2 €	+12%	93,3 €	+7%
A.O.C. Costières de Nîmes	92,8 €	+14%	87,5 €	+7%
A.O.C. Grignan les Adhémar	91,5 €	+7%	90,2 €	+5%
A.O.C. Côtes du Luberon	95,0 €	+2%	96,4 €	+7%

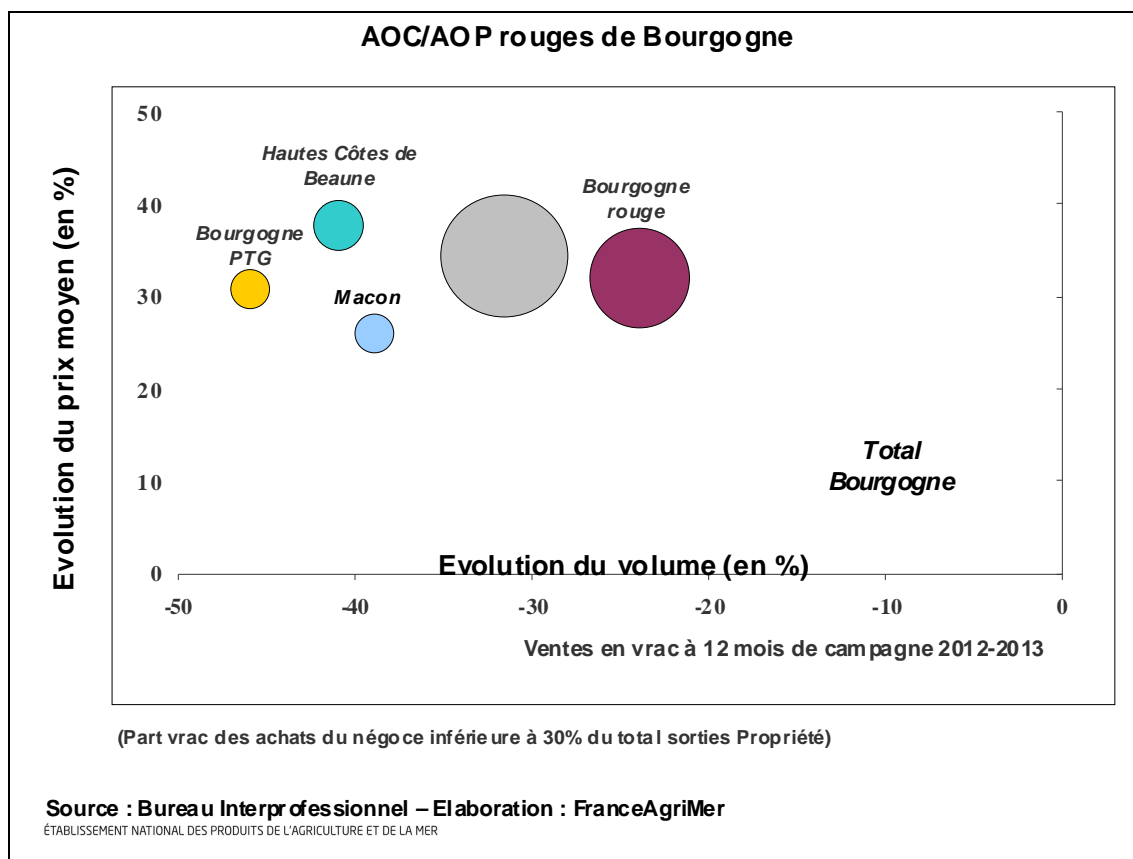
(\*) millésime 2011.

(1) avec nom de commune (2) sans nom de commune (3) hors dom. & chât.

AOC Grignan les Adhémar = Précédemment AOC Tricastin.

Source : InterRhône

## Vins AOC/AOP rouges de Bourgogne



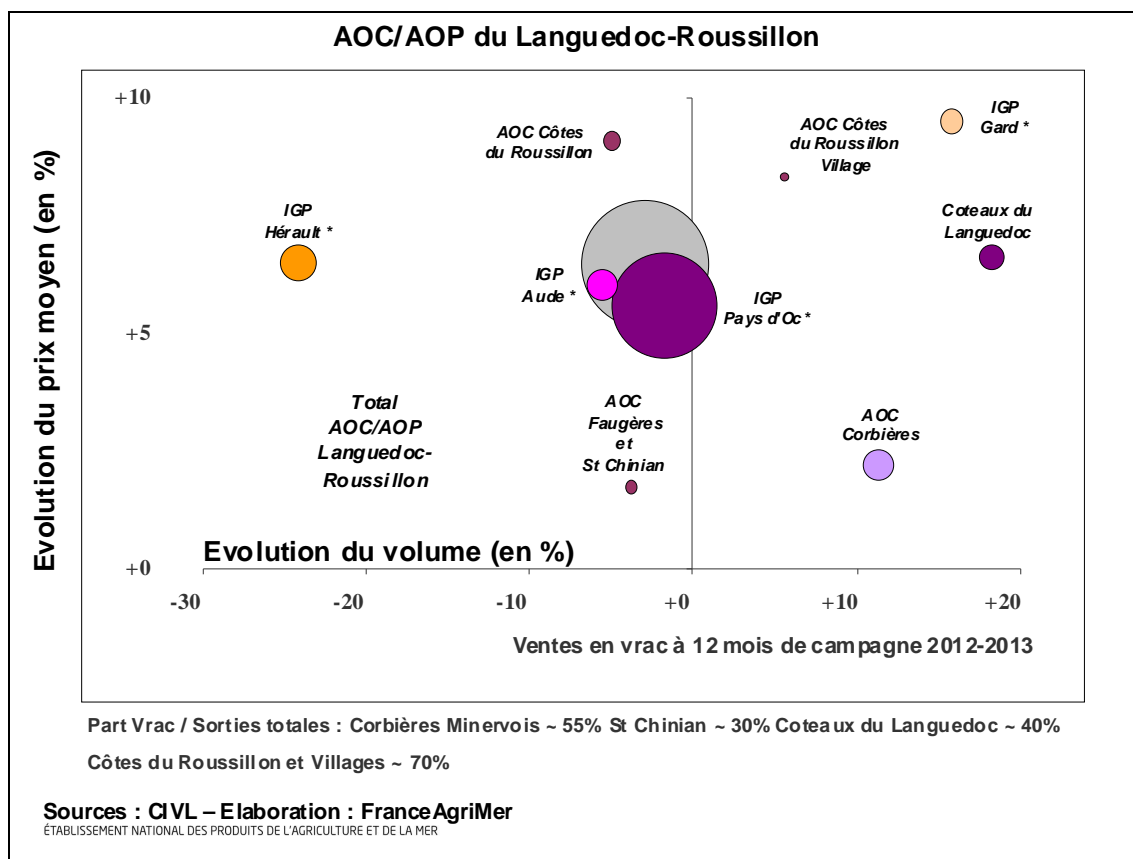
<b>Les volumes</b>		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
A.O.C. Bourgogne	50,1 mhl	-24%
A.O.C. Bourgogne Passe Tout Grain	7,6 mhl	-46%
A.O.C Bourgogne Htes Cte Beaune	13,4 mhl	-41%
<b>Régionales Bourgogne</b>	<b>90,9 mhl</b>	<b>-31%</b>
AOC Macon	7,2 mhl	-39%
<b>Régionales Macon</b>	<b>9,9 mhl</b>	<b>-35%</b>
<b>Toutes appellations régionales</b>	<b>100,8 mhl</b>	<b>-31%</b>
<b>Total appellations région Bourgogne</b>	<b>174,3 mhl</b>	<b>-27%</b>

*Source : Bureau Interprofessionnel - Elaboration : FranceAgriMer*

<b>Les cours</b>				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	juillet 2013		12 mois	
A.O.C. Bourgogne	382 €	+63%	358 €	+32%
A.O.C. B. Passe Tout Grain	241 €	+76%	225 €	+31%
A.O.C B. Htes Cte Beaune	412 €	+52%	405 €	+38%
A.O.C Macon	-	-	194 €	+26%

*Source : Bureau Interprofessionnel - Elaboration : FranceAgriMer*

## Vins AOC/AOP du Languedoc-Roussillon



Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
A.O.C. Coteaux du Languedoc (hors Faugères et St-Chinian)	215,3 mhl	+18%
A.O.C. Faugères et St-Chinian	52,4 mhl	-4%
A.O.C. Corbières	306,7 mhl	+11%
A.O.C. Minervois	62,1 mhl	-22%
A.O.C. Fitou	-	-
A.O.C. Côtes du Roussillon	131,2 mhl	-5%
A.O.C. Côtes du Roussillon Villages	34,7 mhl	+6%
I.G.P. Pays d'Oc	4 266,2 mhl	-2%
I.G.P. Aude	373,0 mhl	-6%
I.G.P. Gard	180,5 mhl	+16%
I.G.P. Hérault	463,4 mhl	-24%

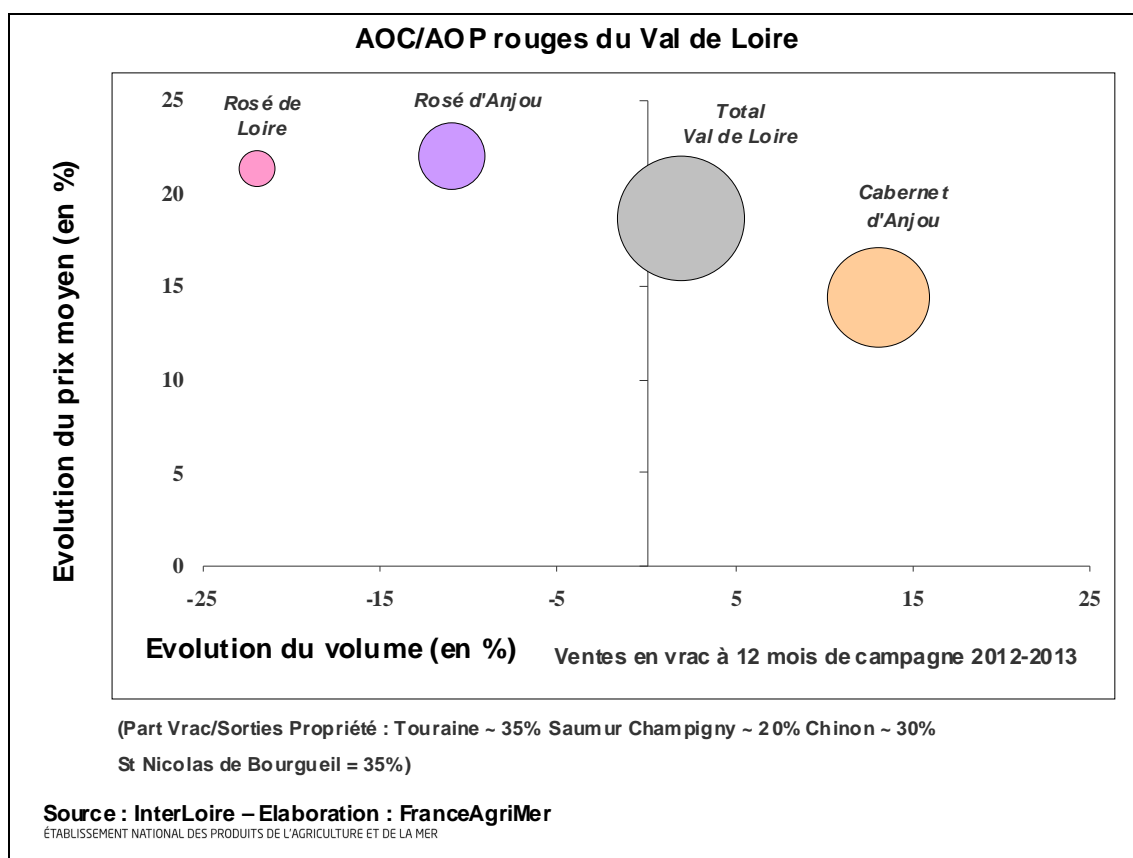
Source : CIVL

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl juillet 2013	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 12 mois	Variation /n-1
A.O.C. Cx du Languedoc*	116,9 €	+7%	113,0 €	+7%
A.O.C. Faugères et St-Chinian	128,9 €	+13%	117,0 €	+2%
A.O.C. Corbières	97,0 €	+12%	93,0 €	+2%
A.O.C. Minervois	118,9 €	+23%	106,0 €	+10%
A.O.C. Fitou	-	-	-	-
A.O.C. Côtes du Roussillon	86,2 €	+13%	84,0 €	+9%
A.O.C. C. du Rous. Villages	135,8 €	+13%	130,0 €	+8%

\*hors Faugères et St-Chinian

Source : CIVL

## Vins AOC/AOP rouges de la Vallée de la Loire



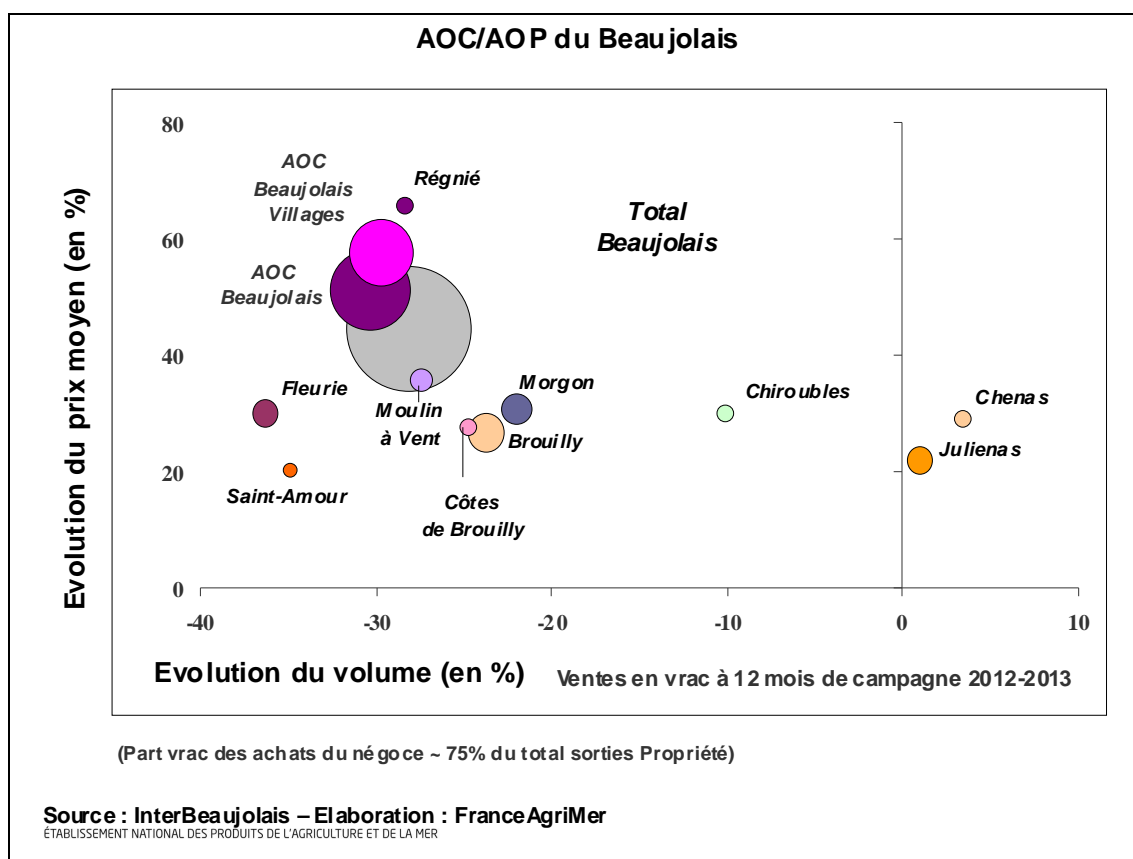
Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
A.O.C. Anjou	7,0 mhl	27%
A.O.C. Saumur	7,4 mhl	-16%
A.O.C. Saumur Champigny	28,2 mhl	7%
A.O.C. Touraine	23,1 mhl	-28%
I.G.P. Val de Loire	19,1 mhl	-54%

Source : InterLoire

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl juillet 2013	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 12 mois	Variation /n-1
A.O.C. Anjou	116 €	-	131 €	-1%
A.O.C. Saumur	147 €	-1%	147 €	+2%
A.O.C. Saumur Champigny	196 €	-3%	201 €	+1%
A.O.C. Touraine	111 €	+28%	108 €	+20%

Source : InterLoire

## Vins AOC/AOP du Beaujolais



Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
Beaujolais et Beaujolais supérieur	170,0 mhl	-30,6%
Beaujolais Villages	112,7 mhl	-29,8%

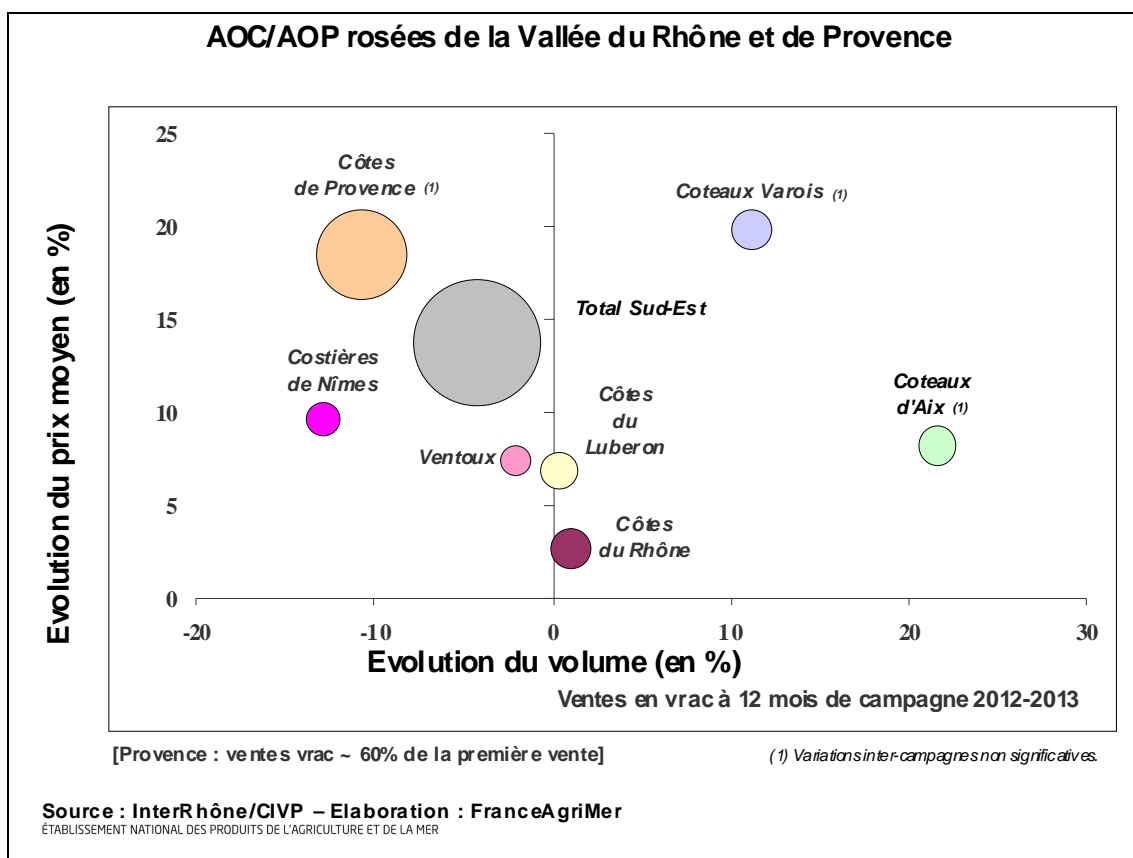
Source : InterBeaujolais

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl juillet 2013	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 12 mois(1)	Variation /n-1
Beaujolais	-	-	221,1 €	+51,4%
Beaujolais Villages	-	-	240,4 €	+57,6%

(1) prix moyens cumulés du millésime 2011

Source : InterBeaujolais

## Vins AOC/AOP rosés du Sud-Est



Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
A.O.C. Côtes de Provence (1)	377,5 mhl	-11%
A.O.C. Coteaux d'Aix en Provence (1)	70,3 mhl	+22%
A.O.C. Coteaux Varois en Provence (1)	74,0 mhl	+11%
A.O.C. Côtes du Ventoux	45,4 mhl	-2%
A.O.C. Côtes du Rhône	72,6 mhl	+1%
A.O.C. Costières de Nîmes	51,7 mhl	-13%
A.O.C. Côtes du Luberon	62,0 mhl	+0%

**Source : Comités Interprofessionnels**

(1) Variation inter-campagne non significatives.

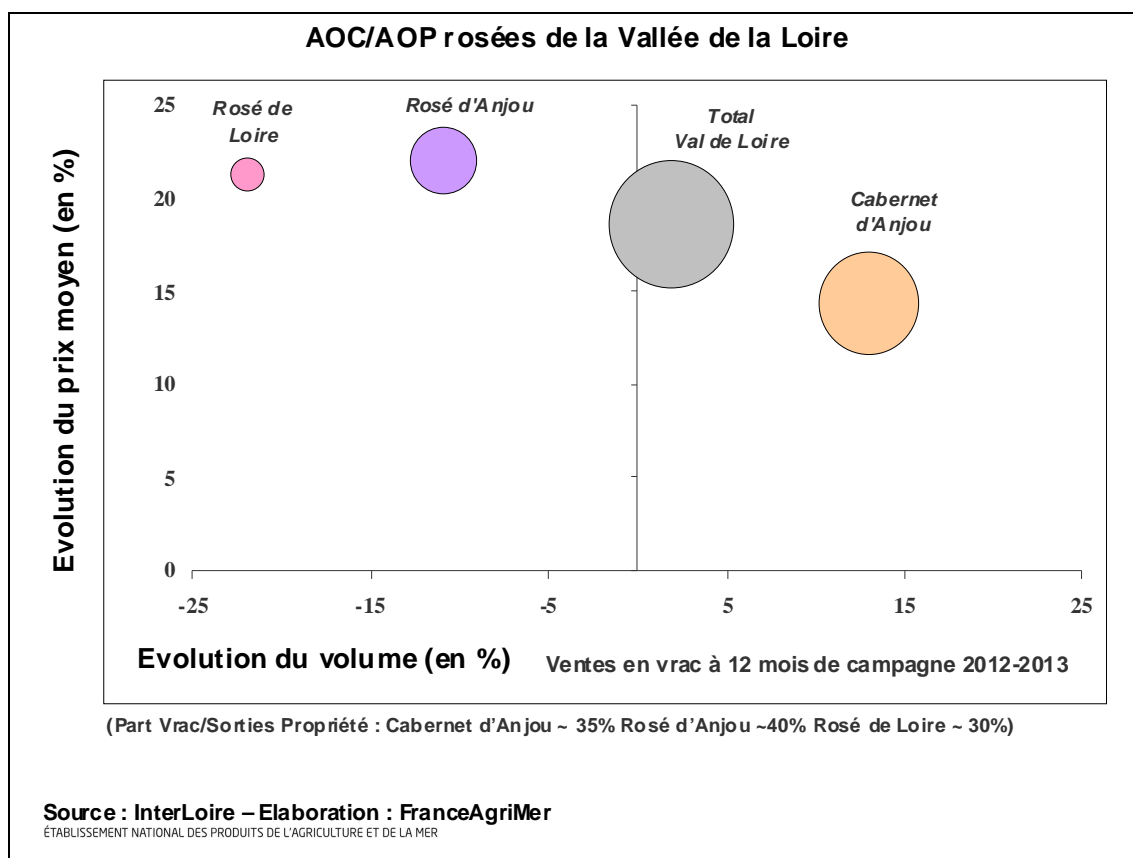
Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	juillet 2013		12 mois	
A.O.C. Côtes de Provence	206,7 €	+29%	177,1 €	+19%
A.O.C. Coteaux d'Aix	144,0 €	+22%	132,8 €	+8%
A.O.C. Coteaux Varois	144,7 €	+36%	130,3 €	+20%
A.O.C. Côtes du Ventoux*	97,2 €	+6%	95,7 €	+7%
A.O.C. Côtes du Rhône*	103,0 €	+1%	114,0 €	+3%
A.O.C. Costières de Nîmes*	88,2 €	+8%	89,3 €	+10%
A.O.C. Côtes du Luberon*	97,0 €	+19%	98,6 €	+7%

(\*) Prix du millésime 2012.

**Source : Comités Interprofessionnels**



## Vins AOC/AOP rosés de la Vallée de la Loire



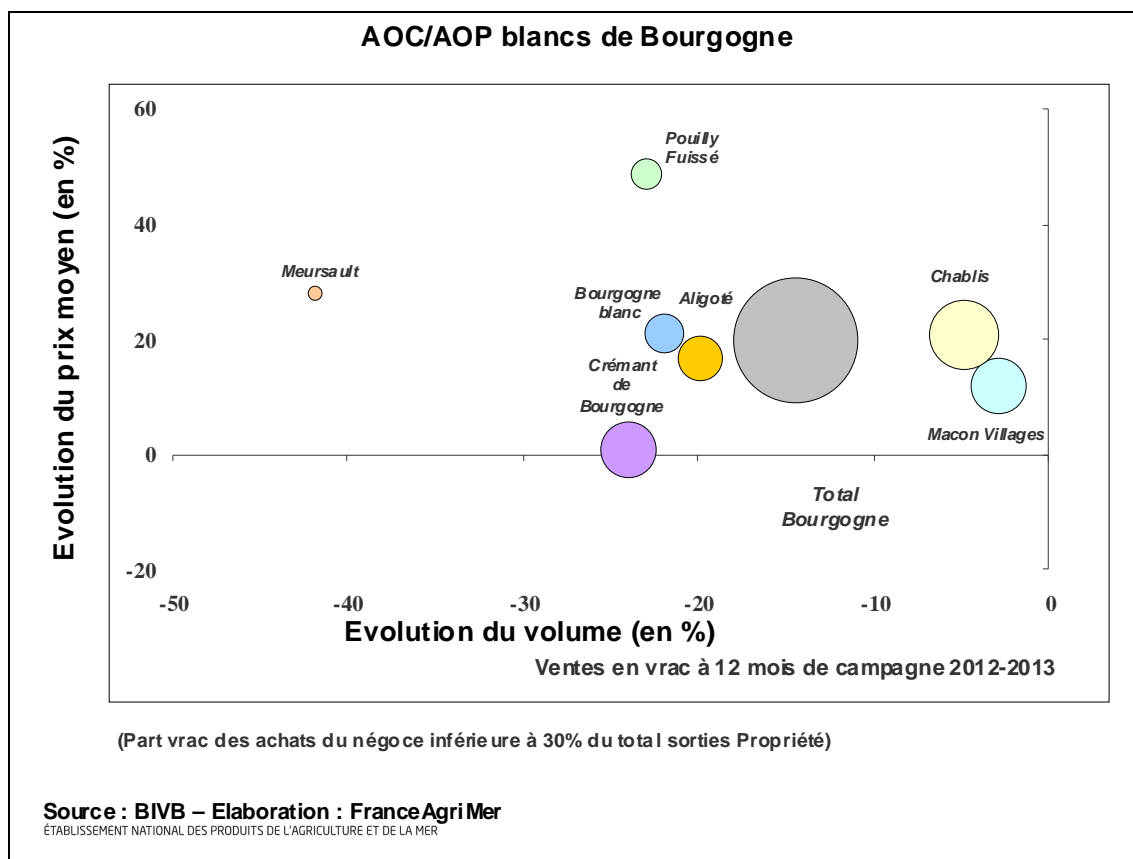
Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
A.O.C. Cabernet d'Anjou	208,0 mhl	13%
A.O.C. Rosé d'Anjou	90,9 mhl	-11%
A.O.C. Rosé de Loire	24,0 mhl	-22%

**Source : InterLoire**

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	juillet 2013		12 mois	
A.O.C. Cabernet d'Anjou	144 €	+22%	135 €	+14%
A.O.C. Rosé d'Anjou	125 €	+49%	108 €	+22%
A.O.C. Rosé de Loire	130 €	+53%	108 €	+21%

**Source : InterLoire**

## Vins AOC/AOP blancs de Bourgogne



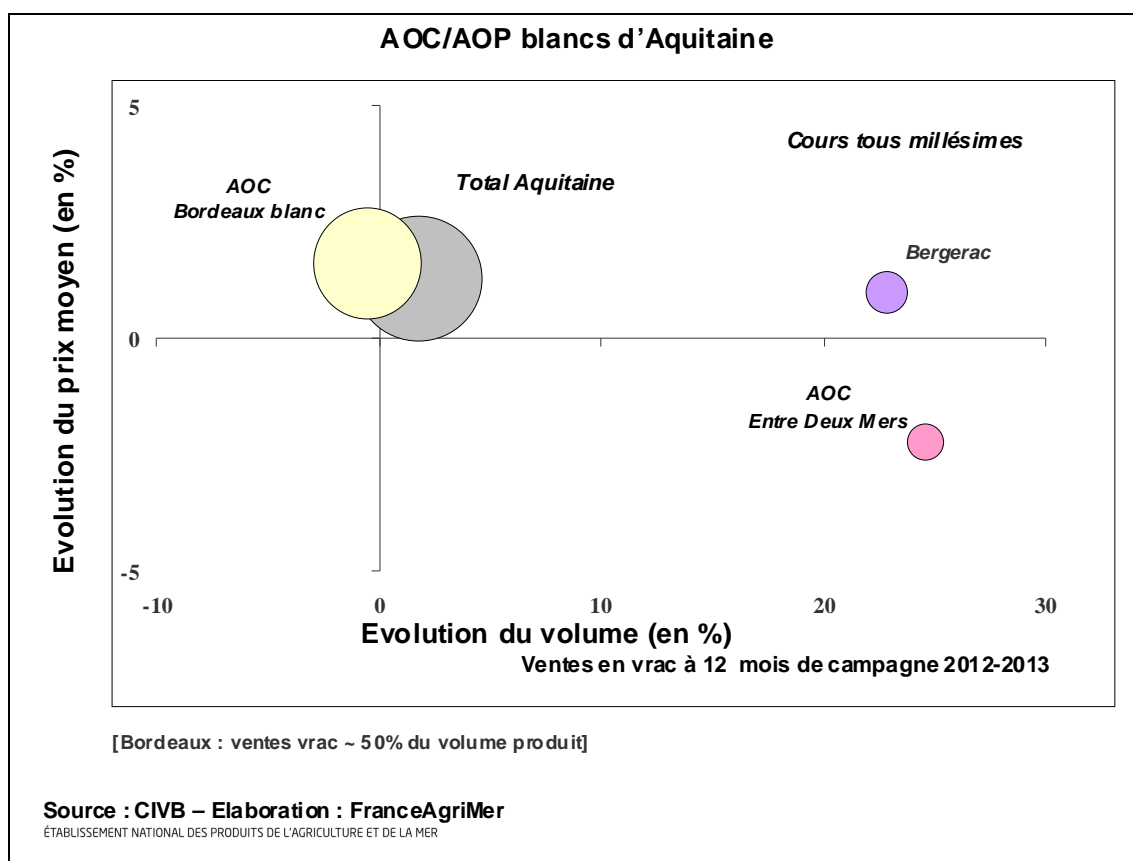
Les volumes		
en milliers d'hl	Activité vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
Bourgogne	36,4 mhl	-22%
Bourgogne Aligoté	52,2 mhl	-20%
Crémant de Bourgogne	81,0 mhl	-24%
<b>Régionales Bourgogne</b>	<b>178,6 mhl</b>	<b>-23%</b>
Macon Villages	80,4 mhl	-3%
<b>Régionales Macon</b>	<b>110,7 mhl</b>	<b>-1%</b>
<b>Toutes appellations régionales</b>	<b>289,3 mhl</b>	<b>-16%</b>
Pouilly Fuissé	24,8 mhl	-23%
Chablis	124,9 mhl	-5%
Meursault	4,5 mhl	-42%
<b>Total appellations région Bourgogne</b>	<b>568,2 mhl</b>	<b>-12%</b>

*Source : BIVB - Elaboration : FranceAgriMer*

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	juillet 2013		12 mois	
A.O.C. Bourgogne	290 €	+32%	262 €	+21%
A.O.C. Bourgogne Aligoté	255 €	+38%	241 €	+17%
A.O.C. Crémant Bourgogne	- €	-	193 €	+1%
A.O.C. Macon Villages	270 €	+18%	258 €	+12%
A.O.C. Pouilly Fuissé	673 €	+60%	609 €	+49%
A.O.C. Chablis	536 €	+16%	502 €	+21%

*Source : BIVB - Elaboration : FranceAgriMer*

## Vins AOC/AOP blancs d'Aquitaine



Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
A.O.C. Bordeaux blanc	251,3 mhl	-0%
Appellations de Dordogne		
Bergerac blanc sec	29,3 mhl	+23%

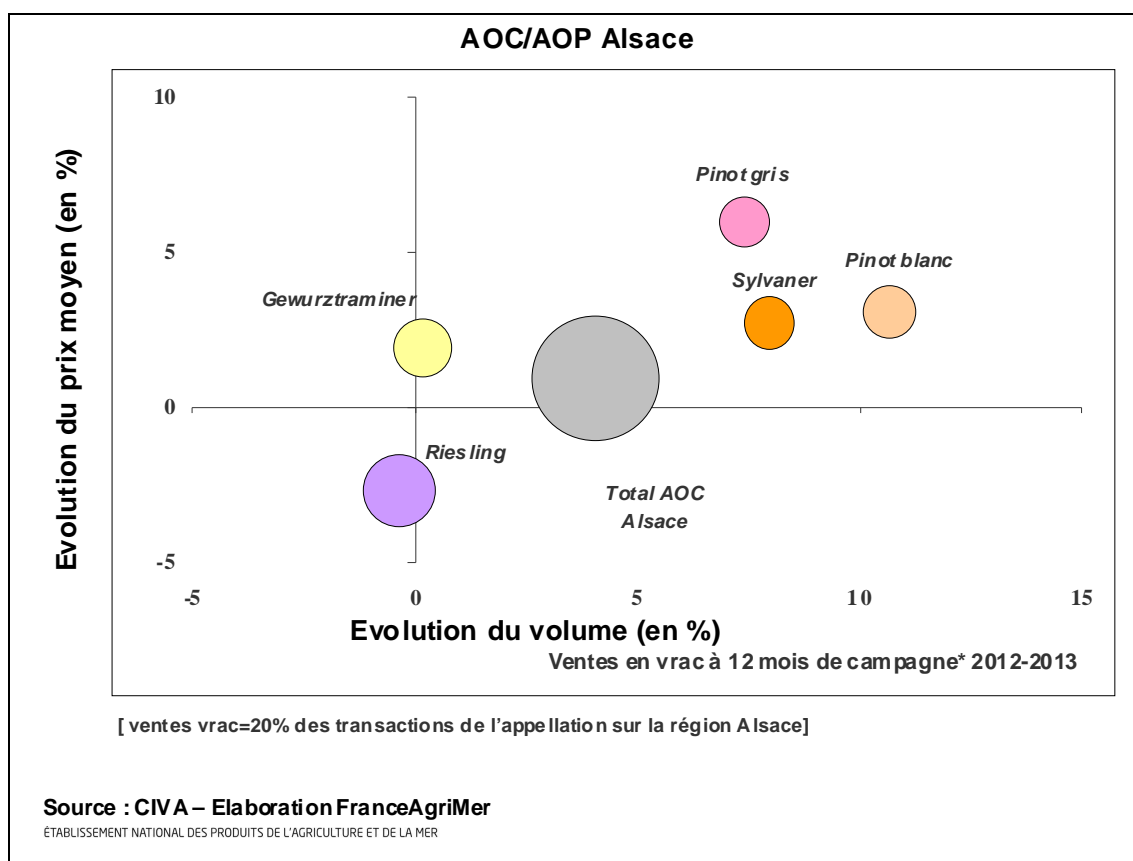
Source : CIVB

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl juillet 2013	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 12 mois	Variation /n-1
A.O.C. Bordeaux blanc	121 €	+14%	118 €	+2%
A.O.C. Entre Deux Mers (1)	128 €	+3%	119 €	-2%
A.O.C. Bergerac blanc sec	103 €	+10%	100 €	+1%

(1) tous millésimes.

Source : CIVB

## Vins AOC/AOP Alsace



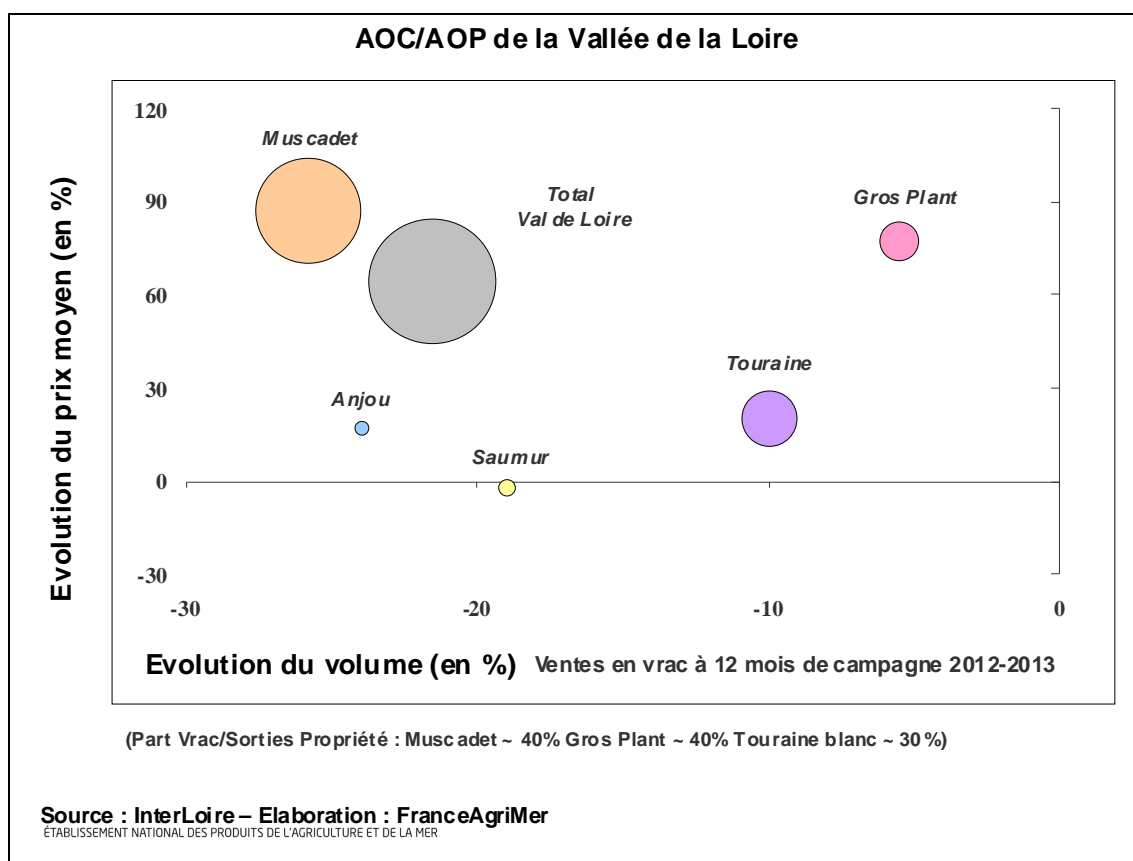
Les volumes			
	en milliers d'hl	Activité vrac	Variation /n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013			
Sylvaner		27,4 mhl	+8%
Riesling		50,6 mhl	-0%
Pinot Blanc		30,1 mhl	+11%
Gewurztraminer		34,1 mhl	+0%
Pinot gris		25,0 mhl	+7%

**Source : CIVA**

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	juillet 2013		12 mois	
Sylvaner	145 €	-12%	152 €	+3%
Riesling	178 €	-4%	181 €	-3%
Pinot Blanc	157 €	-8%	168 €	+3%
Gewurztraminer	314 €	+0%	311 €	+2%
Pinot gris	221 €	-4%	229 €	+6%

**Source : CIVA**

## Vins AOC/AOP blancs de la Vallée de la Loire



Les volumes		
en milliers d'hl	Activité vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2012-2013 à fin juillet 2013		
A.O.C. Muscadet	220,3 mhl	-26%
A.O.C. Gros Plant	31,1 mhl	-6%
A.O.C. Anjou	3,8 mhl	-24%
A.O.C. Saumur	4,3 mhl	-19%
A.O.C. Touraine	55,9 mhl	-10%

**Source : Comité Interprofessionnel**

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl juillet 2013	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 12 mois	Variation /n-1
A.O.C. Muscadet ss-regionales	130 €	+103%	105 €	+88%
A.O.C. Gros Plant hors sur-lie	87 €	+78%	80 €	+78%
A.O.C. Anjou	153 €	-	114 €	+17%
A.O.C. Saumur	130 €	-	140 €	-2%
A.O.C. Touraine	143 €	+15%	147 €	+20%

**Source : Comité Interprofessionnel**

## Annexes

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée catégorie)

### Rouges/Rosés/Blancs

VDF(SIG)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	2 460 375	62,04	152 641 665	68%	64%
avec mention de cépage	1 158 171	72,55	84 025 306	32%	36%
<b>Total</b>	<b>3 618 546</b>	<b>65,40</b>	<b>236 666 971</b>	<b>31%</b>	<b>28%</b>

VDF(IGP)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	2 321 361	71,48	165 930 884	29%	27%
avec mention de cépage	5 556 768	79,19	440 040 458	71%	73%
<b>Total</b>	<b>7 878 129</b>	<b>76,92</b>	<b>605 971 342</b>	<b>69%</b>	<b>72%</b>

### Rouges/Rosés

VDF(SIG)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	1 727 138	60,86	105 113 619	73%	70%
avec mention de cépage	650 736	68,58	44 627 475	27%	30%
<b>Total</b>	<b>2 377 874</b>	<b>62,97</b>	<b>149 741 094</b>	<b>27%</b>	<b>24%</b>

VDF(IGP)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	2 011 766	70,85	142 533 621	32%	30%
avec mention de cépage	4 302 331	76,49	329 085 298	68%	70%
<b>Total</b>	<b>6 314 097</b>	<b>74,69</b>	<b>471 618 919</b>	<b>73%</b>	<b>76%</b>

### Rouges

VDF(SIG)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	1 235 146	60,01	74 121 111	69%	66%
avec mention de cépage	554 429	68,62	38 044 918	31%	34%
<b>Total</b>	<b>1 789 575</b>	<b>62,68</b>	<b>112 166 029</b>	<b>29%</b>	<b>25%</b>

VDF(IGP)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	1 082 478	67,97	73 576 030	25%	22%
avec mention de cépage	3 308 324	77,19	255 369 530	75%	78%
<b>Total</b>	<b>4 390 802</b>	<b>74,92</b>	<b>328 945 559</b>	<b>71%</b>	<b>75%</b>

### Rosés

VDF(SIG)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	491 992	62,99	30 990 576	84%	82%
avec mention de cépage	96 307	68,35	6 582 583	16%	18%
<b>Total</b>	<b>588 299</b>	<b>63,87</b>	<b>37 573 160</b>	<b>23%</b>	<b>21%</b>

VDF(IGP)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	929 288	74,19	68 943 877	48%	48%
avec mention de cépage	994 007	74,18	73 735 439	52%	52%
<b>Total</b>	<b>1 923 295</b>	<b>74,18</b>	<b>142 679 316</b>	<b>77%</b>	<b>79%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée catégorie)

### Blancs

VDF(SIG)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	733 237	64,83	47 535 755	59%	55%
avec mention de cépage	507 435	77,64	39 397 253	41%	45%
<b>Total</b>	<b>1 240 672</b>	<b>70,07</b>	<b>86 933 008</b>	<b>44%</b>	<b>39%</b>

VDF(IGP)	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	309 595	75,59	23 402 286	20%	17%
avec mention de cépage	1 254 457	88,43	110 931 633	80%	83%
<b>Total</b>	<b>1 564 052</b>	<b>85,89</b>	<b>134 333 919</b>	<b>56%</b>	<b>61%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.



## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée catégorie)

### Rouges/Rosés/Blancs

VDF(SIG)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	2 590 812	52,30	135 499 468	67%	64%
avec mention de cépage	1 249 064	62,03	77 479 440	33%	36%
<b>Total</b>	<b>3 839 876</b>	<b>55,465</b>	<b>212 978 908</b>	<b>33%</b>	<b>27%</b>

VDF(IGP)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	2 501 633	64,73	161 930 704	32%	29%
avec mention de cépage	5 412 605	74,72	404 429 846	68%	71%
<b>Total</b>	<b>7 914 238</b>	<b>71,56</b>	<b>566 360 550</b>	<b>67%</b>	<b>73%</b>

### Rouges/Rosés

VDF(SIG)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	1 783 490	54,79	97 717 417	69%	67%
avec mention de cépage	795 230	60,49	48 103 463	31%	33%
<b>Total</b>	<b>2 578 720</b>	<b>56,548</b>	<b>145 820 880</b>	<b>28%</b>	<b>24%</b>

VDF(IGP)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	2 219 972	64,54	143 276 993	34%	31%
avec mention de cépage	4 342 782	72,28	313 896 283	66%	69%
<b>Total</b>	<b>6 562 754</b>	<b>69,66</b>	<b>457 173 276</b>	<b>72%</b>	<b>76%</b>

### Rouges

VDF(SIG)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	1 317 353	55,78	73 481 950	66%	64%
avec mention de cépage	687 065	60,25	41 395 666	34%	36%
<b>Total</b>	<b>2 004 418</b>	<b>57,312</b>	<b>114 877 617</b>	<b>30%</b>	<b>26%</b>

VDF(IGP)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	1 221 271	62,97	76 903 435	27%	24%
avec mention de cépage	3 357 844	73,10	245 458 396	73%	76%
<b>Total</b>	<b>4 579 115</b>	<b>70,40</b>	<b>322 361 831</b>	<b>70%</b>	<b>74%</b>

### Rosés

VDF(SIG)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	466 137	52,01	24 243 785	81%	78%
avec mention de cépage	108 165	62,00	6 706 230	19%	22%
<b>Total</b>	<b>574 302</b>	<b>53,892</b>	<b>30 950 015</b>	<b>22%</b>	<b>19%</b>

VDF(IGP)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	998 701	66,46	66 373 668	50%	49%
avec mention de cépage	984 938	69,50	68 453 191	50%	51%
<b>Total</b>	<b>1 983 639</b>	<b>67,97</b>	<b>134 826 859</b>	<b>78%</b>	<b>81%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée catégorie)

### Blancs

VDF(SIG)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	807 322	46,80	37 782 670	64%	56%
avec mention de cépage	453 834	64,73	29 376 675	36%	44%
<b>Total</b>	<b>1 261 156</b>	<b>53,252</b>	<b>67 159 344</b>	<b>48%</b>	<b>38%</b>

VDF(IGP)	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
sans mention de cépage	281 661	66,28	18 668 491	21%	17%
avec mention de cépage	1 069 823	84,63	90 539 120	79%	83%
<b>Total</b>	<b>1 351 484</b>	<b>80,81</b>	<b>109 207 612</b>	<b>52%</b>	<b>62%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée catégorie)

### Rouges/Rosés/Blancs

VDF(SIG)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	-130 437	9,74	17 142 197,40	-5,0%	18,6%	13%
avec mention de cépage	-90 893	10,52	6 545 866,13	-7,3%	17,0%	8%
<b>Total</b>	<b>-221 330</b>	<b>9,94</b>	<b>23 688 063,53</b>	<b>-5,8%</b>	<b>17,9%</b>	<b>11%</b>

VDF(IGP)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	-180 272	6,75	4 000 180,19	-7,2%	10,4%	2%
avec mention de cépage	144 163	4,47	35 610 612,32	2,7%	6,0%	9%
<b>Total</b>	<b>-36 109</b>	<b>5,36</b>	<b>39 610 792,51</b>	<b>-0,5%</b>	<b>7,5%</b>	<b>7%</b>

### Rouges/Rosés

VDF(SIG)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	-56 352	6,07	7 396 201,58	-3,2%	11,1%	8%
avec mention de cépage	-144 494	8,09	-3 475 987,82	-18,2%	13,4%	-7%
<b>Total</b>	<b>-200 846</b>	<b>6,42</b>	<b>3 920 213,76</b>	<b>-7,8%</b>	<b>11,4%</b>	<b>3%</b>

VDF(IGP)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	-208 206	6,31	-743 371,78	-9,4%	9,8%	-1%
avec mention de cépage	-40 451	4,21	15 189 015,23	-0,9%	5,8%	5%
<b>Total</b>	<b>-248 657</b>	<b>5,03</b>	<b>14 445 643,45</b>	<b>-3,8%</b>	<b>7,2%</b>	<b>3%</b>

### Rouges

VDF(SIG)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	-82 207	4,23	639 161,12	-6,2%	7,6%	1%
avec mention de cépage	-132 636	8,37	-3 350 748,27	-19,3%	13,9%	-8%
<b>Total</b>	<b>-214 843</b>	<b>5,37</b>	<b>-2 711 587,15</b>	<b>-10,7%</b>	<b>9,4%</b>	<b>-2%</b>

VDF(IGP)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	-138 793	5,00	-3 327 405,21	-11,4%	7,9%	-4%
avec mention de cépage	-49 520	4,09	9 911 133,16	-1,5%	5,6%	4%
<b>Total</b>	<b>-188 313</b>	<b>4,52</b>	<b>6 583 727,95</b>	<b>-4,1%</b>	<b>6,4%</b>	<b>2%</b>

### Rosés

VDF(SIG)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	25 855	10,98	6 746 790,71	5,5%	21,1%	28%
avec mention de cépage	-11 858	6,35	-123 646,55	-11,0%	10,2%	-2%
<b>Total</b>	<b>13 997</b>	<b>9,98</b>	<b>6 623 144,16</b>	<b>2,4%</b>	<b>18,5%</b>	<b>21%</b>

VDF(IGP)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	-69 413	7,73	2 570 208,26	-7,0%	11,6%	4%
avec mention de cépage	9 069	4,68	5 282 248,26	0,9%	6,7%	8%
<b>Total</b>	<b>-60 344</b>	<b>6,22</b>	<b>7 852 456,52</b>	<b>-3,0%</b>	<b>9,1%</b>	<b>6%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée catégorie)

### Blancs

VDF(SIG)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	-74 085	18,03	9 753 085,11	-9,2%	38,5%	26%
avec mention de cépage	53 601	12,91	10 020 578,58	11,8%	19,9%	34%
<b>Total</b>	<b>-20 484</b>	<b>16,82</b>	<b>19 773 663,69</b>	<b>-1,6%</b>	<b>31,6%</b>	<b>29%</b>

VDF(IGP)	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
sans mention de cépage	27 934	9,31	4 733 794,97	9,9%	14,0%	25%
avec mention de cépage	184 634	3,80	20 392 512,02	17,3%	4,5%	23%
<b>Total</b>	<b>212 568</b>	<b>5,08</b>	<b>25 126 306,99</b>	<b>15,7%</b>	<b>6,3%</b>	<b>23%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée cépage)

### Rouges/Rosés/Blancs

avec mention de cépage					
2012-13					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	1 158 171	72,55	84 025 306	17%	16%
VDF(IGP)	5 556 768	79,19	440 040 458	83%	84%
<b>Total</b>	<b>6 714 939</b>	<b>78,04</b>	<b>524 065 764</b>	<b>58%</b>	<b>62%</b>

sans mention de cépage					
2012-13					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	2 460 375	62,04	152 641 665	51%	48%
VDF(IGP)	2 321 361	71,48	165 930 884	49%	52%
<b>Total</b>	<b>4 781 736</b>	<b>66,62</b>	<b>318 572 549</b>	<b>42%</b>	<b>38%</b>

### Rouges/Rosés

avec mention de cépage					
2012-13					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	650 736	68,58	44 627 475	13%	12%
VDF(IGP)	4 302 331	76,49	329 085 298	87%	88%
<b>Total</b>	<b>4 953 067</b>	<b>75,45</b>	<b>373 712 773</b>	<b>57%</b>	<b>60%</b>

sans mention de cépage					
2012-13					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	1 727 138	60,86	105 113 619	46%	42%
VDF(IGP)	2 011 766	70,85	142 533 621	54%	58%
<b>Total</b>	<b>3 738 904</b>	<b>66,24</b>	<b>247 647 240</b>	<b>43%</b>	<b>40%</b>

### Rouges

avec mention de cépage					
2012-13					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	554 429	68,62	38 044 918	14%	13%
VDF(IGP)	3 308 324	77,19	255 369 530	86%	87%
<b>Total</b>	<b>3 862 753</b>	<b>75,96</b>	<b>293 414 448</b>	<b>63%</b>	<b>67%</b>

sans mention de cépage					
2012-13					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	1 235 146	60,01	74 121 111	53%	50%
VDF(IGP)	1 082 478	67,97	73 576 030	47%	50%
<b>Total</b>	<b>2 317 624</b>	<b>63,73</b>	<b>147 697 141</b>	<b>37%</b>	<b>33%</b>

### Rosés

avec mention de cépage					
2012-13					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	96 307	68,35	6 582 583	9%	8%
VDF(IGP)	994 007	74,18	73 735 439	91%	92%
<b>Total</b>	<b>1 090 314</b>	<b>73,67</b>	<b>80 318 023</b>	<b>43%</b>	<b>45%</b>

sans mention de cépage					
2012-13					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	491 992	62,99	30 990 576	35%	31%
VDF(IGP)	929 288	74,19	68 943 877	65%	69%
<b>Total</b>	<b>1 421 280</b>	<b>70,31</b>	<b>99 934 453</b>	<b>57%</b>	<b>55%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée cépage)

### Blancs

avec mention de cépage	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	507 435	77,64	39 397 253	29%	26%
VDF(IGP)	1 254 457	88,43	110 931 633	71%	74%
<b>Total</b>	<b>1 761 892</b>	<b>85,32</b>	<b>150 328 886</b>	<b>63%</b>	<b>68%</b>

sans mention de cépage	2012-13				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	733 237	64,83	47 535 755	70%	67%
VDF(IGP)	309 595	75,59	23 402 286	30%	33%
<b>Total</b>	<b>1 042 832</b>	<b>68,02</b>	<b>70 938 041</b>	<b>37%</b>	<b>32%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée cépage)

### Rouges/Rosés/Blancs

avec mention de cépage					
2011-12					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	1 249 064	62,03	77 479 440	19%	16%
VDF(IGP)	5 412 605	74,72	404 429 846	81%	84%
<b>Total</b>	<b>6 661 669</b>	<b>72,34</b>	<b>481 909 286</b>	<b>57%</b>	<b>62%</b>

sans mention de cépage					
2011-12					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	2 590 812	52,30	135 499 468	51%	46%
VDF(IGP)	2 501 633	64,73	161 930 704	49%	54%
<b>Total</b>	<b>5 092 445</b>	<b>58,41</b>	<b>297 430 172</b>	<b>43%</b>	<b>38%</b>

### Rouges/Rosés

avec mention de cépage					
2011-12					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	795 230	60,49	48 103 463	15%	13%
VDF(IGP)	4 342 782	72,28	313 896 283	85%	87%
<b>Total</b>	<b>5 138 012</b>	<b>70,46</b>	<b>361 999 746</b>	<b>56%</b>	<b>60%</b>

sans mention de cépage					
2011-12					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	1 783 490	54,79	97 717 417	45%	41%
VDF(IGP)	2 219 972	64,54	143 276 993	55%	59%
<b>Total</b>	<b>4 003 462</b>	<b>60,20</b>	<b>240 994 410</b>	<b>44%</b>	<b>40%</b>

### Rouges

avec mention de cépage					
2011-12					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	687 065	60,25	41 395 666	17%	14%
VDF(IGP)	3 357 844	73,10	245 458 396	83%	86%
<b>Total</b>	<b>4 044 909</b>	<b>70,92</b>	<b>286 854 063</b>	<b>61%</b>	<b>66%</b>

sans mention de cépage					
2011-12					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	1 317 353	55,78	73 481 950	52%	49%
VDF(IGP)	1 221 271	62,97	76 903 435	48%	51%
<b>Total</b>	<b>2 538 624</b>	<b>59,24</b>	<b>150 385 385</b>	<b>39%</b>	<b>34%</b>

### Rosés

avec mention de cépage					
2011-12					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	108 165	62,00	6 706 230	10%	9%
VDF(IGP)	984 938	69,50	68 453 191	90%	91%
<b>Total</b>	<b>1 093 103</b>	<b>68,76</b>	<b>75 159 421</b>	<b>43%</b>	<b>45%</b>

sans mention de cépage					
2011-12					
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	466 137	52,01	24 243 785	32%	27%
VDF(IGP)	998 701	66,46	66 373 668	68%	73%
<b>Total</b>	<b>1 464 838</b>	<b>61,86</b>	<b>90 617 454</b>	<b>57%</b>	<b>55%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée cépage)

### Blancs

avec mention de cépage	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	453 834	64,73	29 376 675	30%	24%
VDF(IGP)	1 069 823	84,63	90 539 120	70%	76%
<b>Total</b>	<b>1 523 657</b>	<b>78,70</b>	<b>119 915 795</b>	<b>58%</b>	<b>68%</b>

sans mention de cépage	2011-12				
	Vol.	Prix	Recette	PDM Vol.	PDM Val.
VDF(SIG)	807 322	46,80	37 782 670	74%	67%
VDF(IGP)	281 661	66,28	18 668 491	26%	33%
<b>Total</b>	<b>1 088 983</b>	<b>51,84</b>	<b>56 451 161</b>	<b>42%</b>	<b>32%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.



## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée cépage)

### Rouges/Rosés/Blancs

avec mention de cépage		Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12				
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	-90 893	10,52	6 545 866,13	-7,3%	17,0%	8%
VDF(IGP)	144 163	4,47	35 610 612,32	2,7%	6,0%	9%
<b>Total</b>	<b>53 270</b>	<b>5,70</b>	<b>42 156 478,45</b>	<b>0,8%</b>	<b>7,9%</b>	<b>9%</b>

sans mention de cépage		Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12				
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	-130 437	9,74	17 142 197,40	-5,0%	18,6%	13%
VDF(IGP)	-180 272	6,75	4 000 180,19	-7,2%	10,4%	2%
<b>Total</b>	<b>-310 709</b>	<b>8,22</b>	<b>21 142 377,59</b>	<b>-6,1%</b>	<b>14,1%</b>	<b>7%</b>

### Rouges/Rosés

avec mention de cépage		Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12				
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	-144 494	8,09	-3 475 987,82	-18,2%	13,4%	-7%
VDF(IGP)	-40 451	4,21	15 189 015,23	-0,9%	5,8%	5%
<b>Total</b>	<b>-184 945</b>	<b>5,00</b>	<b>11 713 027,41</b>	<b>-3,6%</b>	<b>7,1%</b>	<b>3%</b>

sans mention de cépage		Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12				
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	-56 352	6,07	7 396 201,58	-3,2%	11,1%	8%
VDF(IGP)	-208 206	6,31	-743 371,78	-9,4%	9,8%	-1%
<b>Total</b>	<b>-264 558</b>	<b>6,04</b>	<b>6 652 829,80</b>	<b>-6,6%</b>	<b>10,0%</b>	<b>3%</b>

### Rouges

avec mention de cépage		Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12				
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	-132 636	8,37	-3 350 748,27	-19,3%	13,9%	-8%
VDF(IGP)	-49 520	4,09	9 911 133,16	-1,5%	5,6%	4%
<b>Total</b>	<b>-182 156</b>	<b>5,04</b>	<b>6 560 384,89</b>	<b>-4,5%</b>	<b>7,1%</b>	<b>2%</b>

sans mention de cépage		Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12				
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	-82 207	4,23	639 161,12	-6,2%	7,6%	1%
VDF(IGP)	-138 793	5,00	-3 327 405,21	-11,4%	7,9%	-4%
<b>Total</b>	<b>-221 000</b>	<b>4,49</b>	<b>-2 688 244,09</b>	<b>-8,7%</b>	<b>7,6%</b>	<b>-2%</b>

### Rosés

avec mention de cépage		Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12				
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	-11 858	6,35	-123 646,55	-11,0%	10,2%	-2%
VDF(IGP)	9 069	4,68	5 282 248,26	0,9%	6,7%	8%
<b>Total</b>	<b>-2 789</b>	<b>4,91</b>	<b>5 158 601,71</b>	<b>-0,3%</b>	<b>7,1%</b>	<b>7%</b>

sans mention de cépage		Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12				
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	25 855	10,98	6 746 790,71	5,5%	21,1%	28%
VDF(IGP)	-69 413	7,73	2 570 208,26	-7,0%	11,6%	4%
<b>Total</b>	<b>-43 558</b>	<b>8,45</b>	<b>9 316 998,97</b>	<b>-3,0%</b>	<b>13,7%</b>	<b>10%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

## Les marchés VDF (SIG) et VDF (IGP) par couleur (entrée cépage)

### Blancs

avec mention de cépage	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	53 601	12,91	10 020 578,58	11,8%	19,9%	34%
VDF(IGP)	184 634	3,80	20 392 512,02	17,3%	4,5%	23%
<b>Total</b>	<b>238 235</b>	<b>6,62</b>	<b>30 413 090,60</b>	<b>15,6%</b>	<b>8,4%</b>	<b>25%</b>

sans mention de cépage	Ecart-Variations 2012-13 / 2011-12					
	Ecart Vol.	Ecart Px	Ecart Rec.	Var. Vol.	Var. Prix	Var. Recette
VDF(SIG)	-74 085	18,03	9 753 085,11	-9,2%	38,5%	26%
VDF(IGP)	27 934	9,31	4 733 794,97	9,9%	14,0%	25%
<b>Total</b>	<b>-46 151</b>	<b>16,19</b>	<b>14 486 880,08</b>	<b>-4,2%</b>	<b>31,2%</b>	<b>26%</b>

Source : Base Contrat d'achat FranceAgriMer.

