

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



Février 2013

Marchés à la production vrac

2012/13	Volumés cumulés depuis le début de la campagne*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG) total	📉(-5%)	📈(+37%)	📈(+16%)
Vins de France (SIG) cépage	📉(-18%)	📈(+16%)	📈(+19%)
Vins de France IGP total	📉	📈	📈
Vins de France IGP cépages	📉	📈	📈
Vins de France AOC	📉	=	=

2012/13	Prix moyens depuis le début de la campagne*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG) total	📈(+7%)	📈(+18%)	📈(+30%)
Vins de France (SIG) cépage	📈(+13%)	📈(+9%)	📈(+19%)
Vins de France IGP total	📈(+7%)	📈(+8%)	📈(+6%)
Vins de France IGP cépages	📈(+6%)	📈(+6%)	📈(+4%)
Vins de France AOC	📈	📈	📈

(*) Évolutions par rapport à 6 mois de campagne 2011/12 pour les VDF(SIG), les IGP. 5 mois pour les AOC.

Source : contrats d'achat FranceAgriMer/Anivin/InterOc/IVSO et organisations interprofessionnelles AOC.

Après le déstockage et les achats de précaution du début de campagne 2012-2013, l'activité des marchés à la production en vrac reprend un rythme plus normal. A mi-campagne 2012-2013, les informations de transactions dont nous pouvons disposer semblent toutefois révéler un certain tassement des échanges en relation avec la faiblesse des disponibilités globales de la campagne.

Cette situation d'ensemble reste cependant différenciée selon les catégories de vins en volume avec des ventes AOC/AOP qui continuent de se développer tout en restant pour l'instant globalement inférieures à 2011/12, des transactions de vins IGP dans l'ensemble comparables à celles de la campagne précédente et une activité plus modérée que l'année dernière sur les Vin de France (SIG) en rouge.

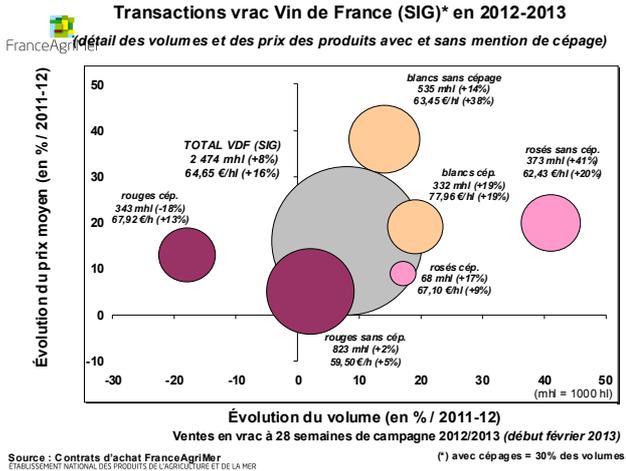
De manière générale, les cours moyens des différentes catégories affichent par contre toujours des progressions plus ou moins importantes par rapport à la campagne précédente grâce à une demande présente, notamment sur les rosés et sur les blancs.

Marché à la production Vin de France (SIG)

Au regard des disponibilités déclarées plus réduites sur ce marché en 2012-2013, l'avancée de la commercialisation que l'on avait pu observer jusqu'à présent par rapport à 2011-2012 continue de se réduire. Le cumul des transactions de la campagne reste toutefois supérieur à celui de la campagne précédente grâce à une bonne demande en rosé et en blanc, tandis que le ralentissement des transactions est désormais plus marqué en rouge. De fait, à 28 semaines de campagne 2012-13, les volumes de Vin de France (SIG) commercialisés en vrac s'élèvent à 2,474 millions d'hl, soit une hausse de 8% par rapport 2011-2012.

La plus grande partie (70%) des volumes échangés portent toujours largement sur des vins ne mentionnant pas de cépage (1,730 million d'hl) dont les volumes progressent en rouge/rosé (1,196 million d'hl ; +11% / 2011-12) comme en blanc (535 000 hl ; +14%).

Malgré une augmentation des échanges en blanc (332 000 hl ; +19%) consécutive à un retour de volumes en Languedoc-Roussillon, le cumul des ventes des vins mentionnant un cépage (743 000 hl ; -1% / à 2011-2012) appa-



raît désormais en baisse par rapport à l'année dernière en raison des moindres transactions de vins rouges/rosés (411 000 hl ; -13%), notamment au départ des régions Aquitaine et Midi-Pyrénées.

Compte tenu des besoins qui peuvent s'exprimer sur cette catégorie, les cours moyens pondérés à 28 semaines 2012-2013 affichent toujours de fortes progressions par rapport à la campagne précédente. Tous segments confondus, ils s'établissent ainsi à 62,30 €/hl en rouge/rosé (+9% / à début février 2012) et à 69,01 €/hl en blanc (+30%). On observe la même tendance sur les cours des vins mentionnant un cépage (67,79 €/hl en rouge/rosé (+12%) ; 77,96 €/hl en blanc (+19%)) comme pour ceux des vins qui n'en mentionnent pas : 60,41 €/hl en rouge/rosé (+9%) ; 63,45 €/hl en blanc (+38%).

Marché Vins de France à Indication Géographique Protégée (IGP)

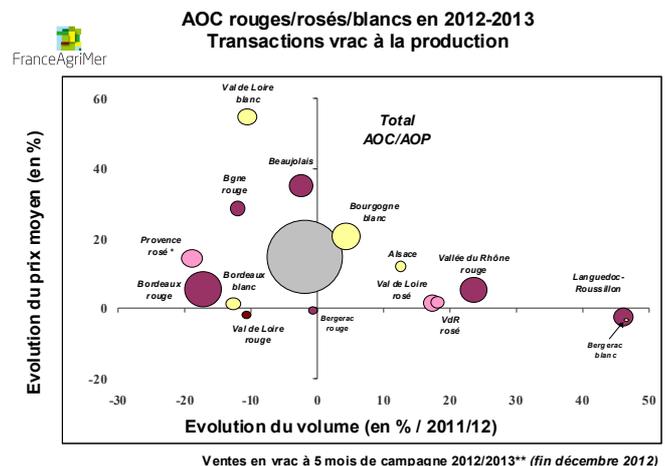
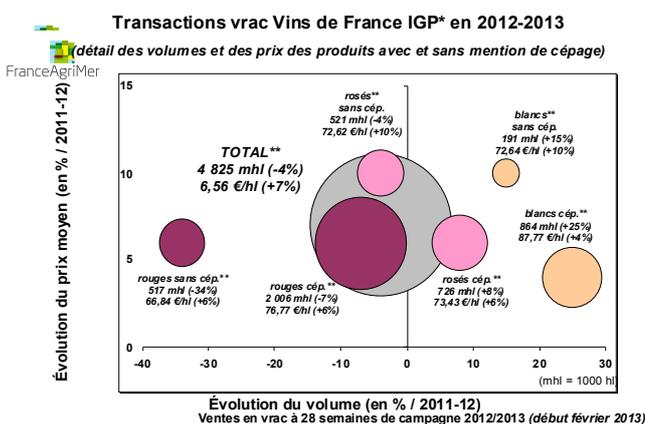
A 28 semaines de campagne 2012-2013, les échanges cumulés de vins de France IGP figurant dans la base FranceAgriMer (4,825 millions d'hl ; -4% / au début février 2012) font apparaître un certain retrait par rapport à 2011/2012 à cette même date. Toutefois, il convient de nuancer quelque peu cette évolution des ventes. En effet, deux évènements ont pu engendrer ce retrait. D'une part, le Comité Interprofessionnel des vins du Languedoc-Roussillon n'a pas visé les contrats de vins en attente d'une revendication effective en IGP, soit un volume estimé à fin janvier de 60 000 hl.

D'autre part, l'enregistrement informatique d'une journée de contrats de l'IGP Pays d'Oc a été différé dans notre base (représentant environ 110 000 hl).

Ainsi compte tenu de ces observations et pour pouvoir comparer à périmètre équivalent les ventes de vins IGP de la campagne 2012-2013 avec celles de la même période de la campagne précédente, il est possible d'ajouter l'ensemble de ces volumes (170 000 hl) au cumul des ventes à 28 semaines de campagne 2012-2013 mentionné ci-dessus. De fait, début février 2013, cette opération conduit à estimer un cumul de ventes réalisées ou réalisables pour l'ensemble des vins à IGP à 4,935 millions d'hl, ce qui représente une légère baisse de 2% par rapport à la campagne 2011-2012. Selon cette même méthode appliquée aux seuls contrats de vins IGP mentionnant un cépage, il convient de considérer que les transactions de ces vins s'élèvent en fait à 3,706 millions d'hl, soit une hausse de 5% par rapport à la campagne précédente. Enfin, suite à la prise en compte des contrats des vins de département en attente de revendication, le retard des ventes des IGP ne mentionnant pas de cépage réalisées ou réalisables ne serait plus quant à lui que de l'ordre de 13% par rapport à l'année dernière.

Compte tenu de la relative faiblesse des volumes concernés, la prise en compte de ces contrats n'a en revanche pas d'effet significatif sur les prix moyens pondérés IGP calculés depuis le début de la campagne. A 28 semaines de campagne 2012-2013, on observe que les cours hebdomadaires des IGP restent fermes et établis à des niveaux élevés. En rouge/rosé, le prix moyen de ces vins depuis le mois d'août dernier s'élève à 74,19 €/hl, en progression de 7% par rapport à 2011/12 à cette même date. Le prix moyen des vins IGP blancs fait aussi apparaître une hausse de 6% par rapport à 2011/12, s'établissant en moyenne à 85,02 €/hl. Cette évolution est similaire pour les vins mentionnant un cépage dont les prix moyens s'élèvent à 75,88 €/hl en rouge/rosé (+6% / à début février 2012) et à 87,77 €/hl en blanc (+4%). Il en est de même pour les vins ne mentionnant pas de cépage avec une moyenne de 69,74 €/hl (+8% / à début février 2012) en rouge/rosé et de 72,64 €/hl (+10%) en blanc.

Marché Vins de France d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC/AOP)



A 5 mois de campagne 2012-13, les informations des transactions vrac de vins de France AOC/AOP communiquées par les organisations interprofessionnelles conduisent à observer un retrait global des échanges cumulés par rapport à la campagne précédente.

L'évolution des ventes apparaît toutefois encore assez variable selon les groupes d'appellations avec une baisse pour certaines AOC/AOP vraisemblablement moins disponibles en volume (Gironde, Bourgogne en rouge, Beaujolais, Provence en rosé, Val de Loire...) et une progression pour les autres, en rattrapage d'un début de campagne 2011/12 qui avait pu être déficitaire.

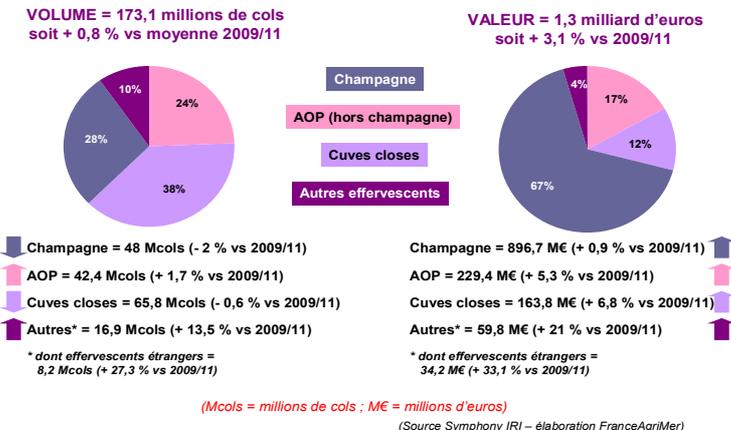
En termes de prix, on constate par contre une progression quasi générale des cours moyens établis depuis le mois d'août dernier, en cohérence avec la faiblesse attendue de la récolte 2012.

Consommation

Ventes de vins effervescents en grande distribution - Bilan annuel 2012

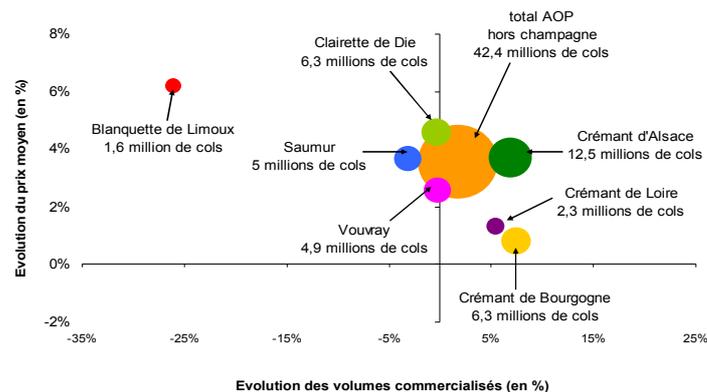
En 2012, le marché des vins effervescents en grande distribution (hors HD) représente 173,1 millions de cols commercialisés pour une valeur correspondante de 1,3 milliard d'euros, soit + 0,8% en volume et + 3,1 % en valeur par rapport à la moyenne des trois années précédentes (2009/2011).

Le marché des vins effervescents en grande distribution (hors HD) – année 2012



Parmi ces effervescents, les **AOP** pèsent pour 24 % en volume et pour 17 % en valeur, avec des ventes s'élevant à 42,4 millions de cols pour 229,4 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit + 1,7 % en volume et + 5,3 % en valeur par rapport à la moyenne 2009/2011.

Le marché des AOP effervescentes en grande distribution (hors HD) – 2012 vs 2009/11

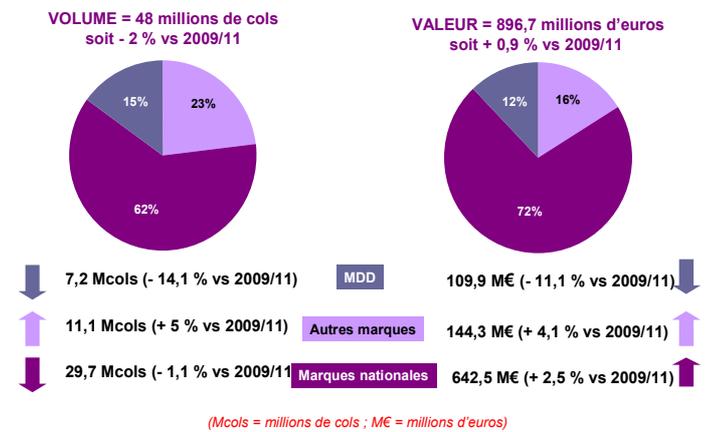


Les Crémants sont les principaux contributeurs à la croissance des AOP, via le Crémant d'Alsace, le Crémant de Bourgogne et le Crémant de Loire, dont les ventes en volume augmentent par rapport à la moyenne 2009/2011, soit respectivement de 6,9 %, de 7,4 % et de 5,5 %.

En 2012, le prix moyen de vente des AOP effervescentes s'établit à 5,41 €/col (soit + 3,6 % vs 2009/2011).

Le champagne en grande distribution représente 48 millions de cols commercialisés en 2012 pour 896,7 millions d'euros, soit - 2 % en volume et + 0,9 % en valeur par rapport à la moyenne 2009/2011.

Le marché du champagne en grande distribution (hors HD) – année 2012



Dans ce segment de marché, les ventes des marques nationales et des marques de distributeurs (MDD) reculent respectivement de 1,1 % et de 14,1 % en volume vs 2009/2011, au bénéfice des « autres » marques dont les ventes progressent de 5 % en volume et de 4,1 % en valeur par rapport à 2009/2011 (à 1,1 million de cols pour 144,3 millions d'euros).

En 2012, le prix moyen de vente du champagne, toutes marques confondues, est de 18,68 € (+ 2,5 % vs 2009/2011).

Les cuves closes représentent 65,8 millions de cols commercialisés pour 163,8 millions d'euros, soit - 0,6 % en volume et + 6,8 % en valeur vs 2009/2011. Parmi ces cuves closes, les ventes des blancs de blancs (45 % de PDM volume) et des muscats (12 % de PDM volume) progressent respectivement de 6,2 % et de 8 % en volume vs 2009/2011, contrairement à celles des mousseux basiques (41 % de PDM volume) qui reculent de 9,7 %.

Le prix moyen de vente des cuves closes est de 2,49 €/col, (soit + 7,6 % par rapport à la moyenne 2009/2011).

Les ventes des **autres effervescents** en grande distribution représentent 16,9 millions de cols pour un chiffre d'affaires correspondant de 59,8 millions d'euros, soit + 13,5 % en volume et + 21 % en valeur vs 2009/2011.

Parmi ces autres effervescents, on soulignera la forte croissance des vins étrangers avec 8,2 millions de cols commercialisés au cours de l'année 2012 pour un résultat de 34,2 millions d'euros (soit + 27 % en volume et + 33 % en valeur vs 2009/11).

Commerce extérieur

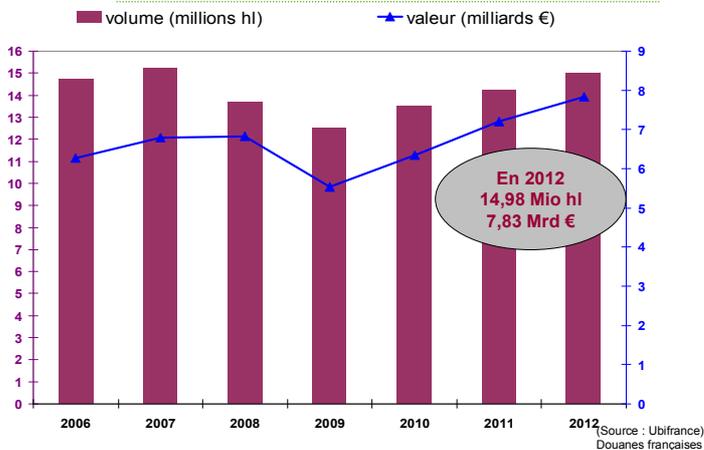
Rappel : l'évolution de la nomenclature pour le commerce extérieur permet de distinguer, seulement à compter du 1^{er} janvier 2010, les vins IGP et les vins sans IG.

Les exportations françaises de vins

Bilan 2012

Les exportations françaises de vins 2012 sont en croissance par rapport à 2011 et enregistrent un nouveau record en valeur. Celles-ci ont atteint 14,98 millions d'hectolitres (soit + 5 % par rapport à 2011) pour 7,83 milliards d'euros (soit + 9 % par rapport à 2011).

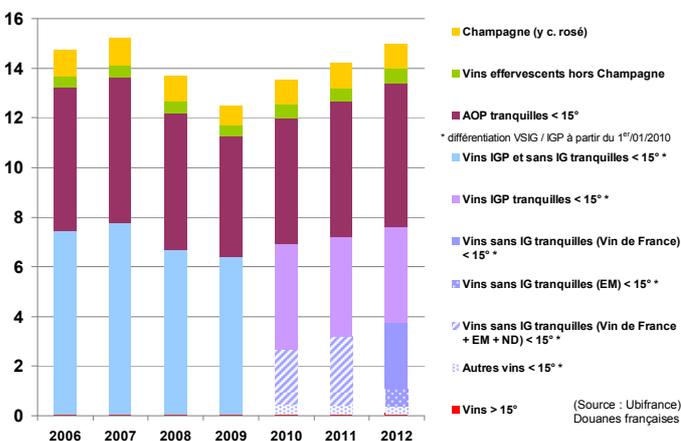
Les exportations françaises de vins Bilan 2012



Les exportations françaises par catégorie

Ces exportations françaises sont réparties de la façon suivante :

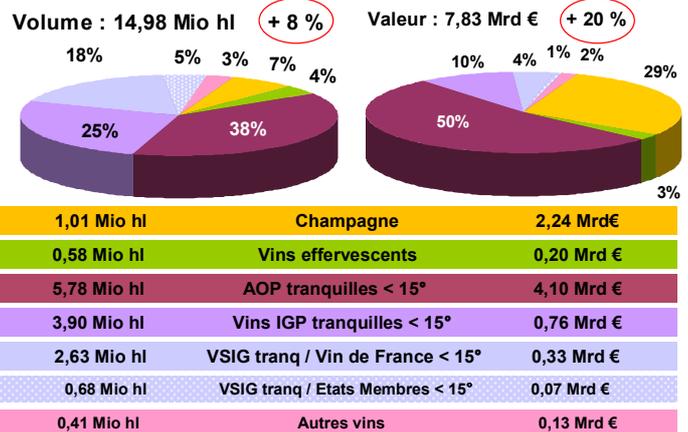
Les exportations françaises de vins par catégories Bilan 2012 en volume (en millions hl)



- Champagne, 7 % en volume, 29 % en valeur ;
- Effervescents, 4 % en volume, 3 % en valeur ;
- Vins tranquilles < 15°
 - AOP, 38 % en volume, 50 % en valeur ;
 - Vins IGP, 25 % en volume, 10 % en valeur ;
 - Vins de France, 18 % en volume, 4 % en valeur

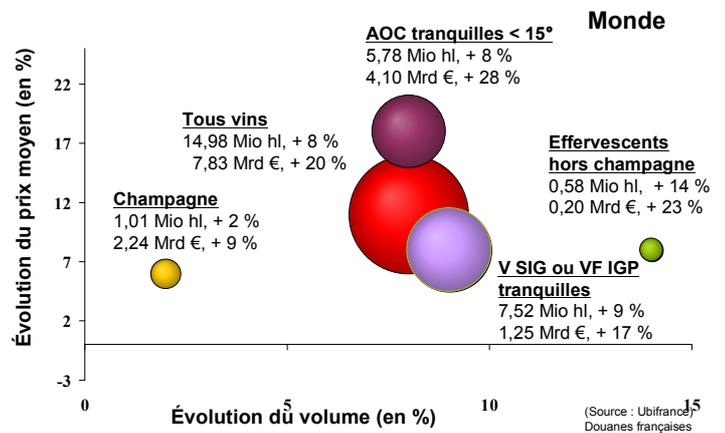
Les exportations françaises de vins

Année 2012 / moyenne des 5 dernières années



Par rapport à la moyenne des cinq dernières années, ces exportations progressent en volume (+ 8 %) et sont en forte croissance en valeur avec + 20 %.

Les exportations françaises de vins (en volume) Année 2012 / moyenne des 5 dernières années



Concernant le détail par produit, la représentation des évolutions par rapport à la moyenne quinquennale nous oblige à maintenir l'agrégation des vins IGP et des vins sans IG.

Par rapport à la moyenne quinquennale, l'évolution des exportations est en croissance mais n'est pas homogène selon les catégories.

En effet, le Champagne enregistre une légère hausse en volume de 2 % mais progresse en valeur de 9 % alors que les vins effervescents (hors champagne) progressent fortement en volume comme en valeur (respectivement 14 et 23 %).

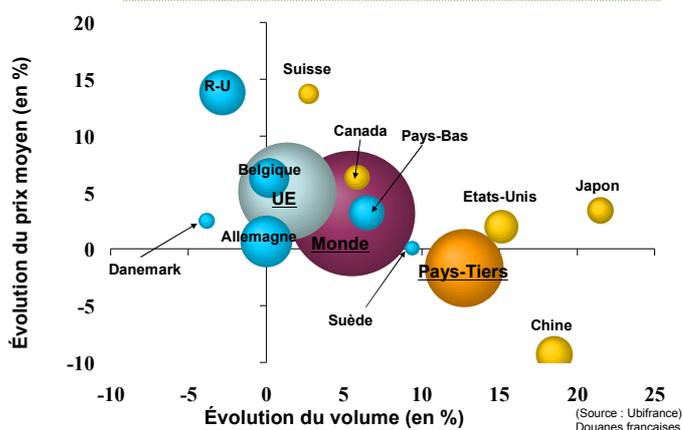
Les vins AOC/AOP connaissent une belle valorisation puisqu'ils enregistrent une hausse en volume de 8 % et en valeur de 28 %.

L'agrégat des vins IGP et sans SIG connaît une hausse en volume et en valeur de respectivement 9 % et 17 %.

Les exportations françaises par destination

Par rapport à 2011, les exportations, stables vers l'Union européenne (+ 1 % en volume), sont en hausse vers les pays tiers avec une progression de 13 % en volume.

Les exportations françaises de vins (en volume)
Année 2012 / année 2011



Globalement, sur les principaux pays, les exportations vers l'Union européenne progressent en valeur mais restent stables en volume. A contrario, sur les pays tiers les exportations progressent en volume mais peu en valeur.

Ont contribué à ce numéro : unité Culture et filières spécialisées / service Marchés et études de filières