

# Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



Janvier 2015

## Marchés à la production vrac 2014-15

| 2014/15<br>en 1000 hl           | Volumés cumulés depuis le début de la campagne* |            |            |
|---------------------------------|---|------------|------------|
|                                 | Rouges  | Rosés      | Blancs     |
| Vins de France (SIG) génériques | 332 (-16%)                                      | 118 (-44%) | 205 (-29%) |
| Vins de France (SIG) cépages    | 233 (+25%)                                      | 87 (+16%)  | 245 (+15%) |
| Vins de France IGP génériques   | 367 (+58%)                                      | 510 (+43%) | 119 (+31%) |
| Vins de France IGP cépages      | 1131 (+49%)                                     | 948 (+42%) | 807 (+38%) |
| Vins de France AOC              | ↘   | ↗          | ↗          |

| 2014/15<br>en €/hl              | Prix moyens depuis le début de la campagne* |              |               |
|---------------------------------|---|--------------|---------------|
|                                 | Rouges                                      | Rosés        | Blancs        |
| Vins de France (SIG) génériques | 70,99 (+12%)                                | 77,80 (+11%) | 79,39 (+9%)   |
| Vins de France (SIG) cépages    | 79,43 (+13%)                                | 84,55 (+17%) | 96,62 (+15%)  |
| Vins de France IGP génériques   | 78,86 (+10%)                                | 87,18 (+8%)  | 86,62 (+3%)   |
| Vins de France IGP cépages      | 87,39 (+14%)                                | 90,04 (+18%) | 104,31 (+15%) |
| Vins de France AOC              | ↗   | ↗            | ↗             |

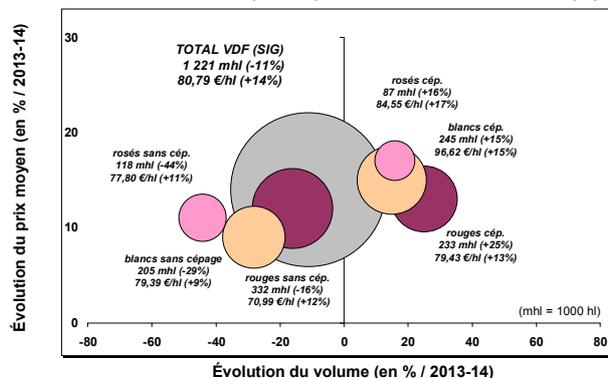
A 22 semaines de campagne 2014-2015, la situation des marchés vrac fait toujours apparaître une forte avance des échanges de vins IGP dont les transactions sont tirées par les vins nouveaux en rouge, rosé et blanc.

Sous l'effet d'une offre pour l'instant limitée sur les vins sans mention de cépage, les échanges en Vin de France (SIG) restent inférieurs à ceux du début 2013-14. Les transactions sur les vins AOC/AOP apparaissent encore assez lentes et inférieures à celles de la campagne précédente dans un marché qui ne fait que débiter et qui est encore très influencé par les effets de la modeste récolte 2013.

Face à une demande qui souhaite s'assurer de volumes, les prix moyens continuent d'afficher des hausses notables par rapport à la campagne précédente. L'évolution récente des cours conduit toutefois à constater des inflexions dans la progression de la valorisation des vins IGP et sans IG.

## Marché à la production Vin de France (SIG)

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



Source : Contrats d'achat FranceAgriMer  
ÉVALUATION NATIONALE DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE  
(\* VDF (SIG) avec cépages = 46% des volumes.)

Fin décembre 2014, le cumul des ventes de Vin de France (SIG) toutes couleurs confondues (1,2 million d'hl ; -11 % / fin décembre 2013) reste en retrait par rapport au début de la campagne 2013-14 dans la mesure où malgré un retour des volumes sur la plupart des bassins de production, le niveau de ceux de la catégorie AOC/AOP qui pourront venir alimenter le marché Vin de France (SIG) reste encore incertain.

(\*) Évolutions par rapport à 5 mois de campagne 2013/14 pour les VDF(SIG) et les IGP ; 4 mois pour les AOC/AOP.  
Source : contrats d'achat FranceAgriMer/Anivin/InterOc/IVSO et organisations interprofessionnelles AOC/AOP.

Sur ce début de campagne, le retrait des échanges concerne essentiellement les vins sans mention de cépage (54 % des transactions) dont les volumes sont en recul marqué en rouge (332 000 hl ; -16%), en rosé (118 000 hl ; -44%) et en blanc (205 000 hl ; -29%) en raison d'une offre pour l'instant limitée.

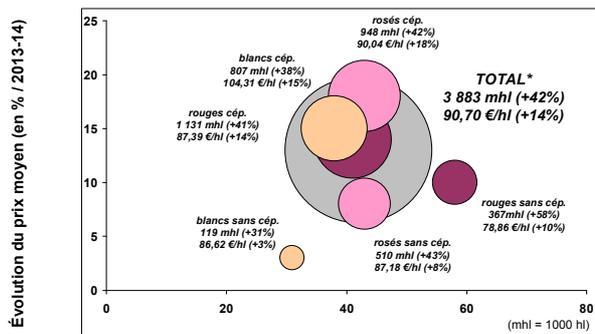
Le cumul des ventes des vins mentionnant un cépage (565 000 hl ; +19% / fin décembre 2013), soit 46 % des transactions de la catégorie, est par contre supérieur à celui de 2013-14 en liaison avec une demande active et des volumes plus disponibles sur ce début de campagne en rosé (87 000 hl ; +16 %), en blanc (245 000 hl ; +15 %) et aussi en rouge (233 000 hl ; +25 %).

De fait, sur les deux segments, les prix moyens depuis le début de la campagne s'établissent en nette hausse par rapport à ceux de la campagne précédente avec une prime offerte aux vins mentionnant un cépage, notamment sur les blancs (96,62 €/hl, +15 %, pour les vins mentionnant un cépage *versus* 79,39 €/hl, +9%, pour les vins sans mention), mais aussi sur les rouges (79,43 €/hl, +13%, pour les rouges avec cépages *versus* 70,99 €/hl, +12%, pour les rouges sans mention) et les rosés (84,55 €/hl, +17 %, pour les rosés avec cépages *versus* 77,80 €/hl, +11 %, pour les rosés sans mention).

L'évolution récente des cours conduit toutefois à observer un arrêt de la hausse pour les vins blancs. De la même manière les prix hebdomadaires des rosés commencent quelque peu à plafonner à un niveau élevé. L'augmentation des cours se poursuit par contre sur les rouges.

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

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



(\*) IGP Pays d'Oc = 74% des volumes

Ventes en vrac à 22 semaines de campagne 2014/2015 (fin décembre 2014)

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer/ InterOcvso/CIVL  
ETABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

A cinq mois de campagne 2014-2015, le marché des vins IGP continue d'afficher une forte avance de commercialisation par rapport à la campagne précédente avec un cumul des ventes toutes couleurs confondues qui s'élève à 3,883 millions d'hl, soit 42% de plus qu'à fin décembre 2013. Cette évolution s'explique par la précocité des transactions qui peut être mise en relation avec des anticipations de moindres disponibilités sur certaines zones du Languedoc-Roussillon ainsi qu'avec une forte demande sur les vins rosés et blancs. L'activité des dernières semaines permet de constater que les échanges ont aussi bien démarré sur les rouges.

Par rapport au début de la campagne précédente, la progression des échanges cumulés sur les 5 premiers mois de

2014-15 est ainsi particulièrement sensible pour les vins IGP vendus avec une mention de cépage (2,8 millions d'hl (+41% / fin décembre 2013) dont 1,1 million d'hl en rouge (+41 %), 0,9 million d'hl en rosé (+42%) et 0,8 million d'hl en blanc (+38%)) très largement issus de l'IGP Oc. L'augmentation des transactions est aussi marquée pour les vins sans mention de cépage (0,9 million d'hl sur 5 mois (+47%) dont 0,4 million d'hl en rouge (+58%) et 119 000 hl en blanc (+31 %) le plus souvent issus des IGP des départements languedociens. L'analyse détaillée des échanges permet aussi plus particulièrement de constater la forte orientation des ventes sur la couleur rosée (0,5 million d'hl (+43% / 2013-2014) qui représente une proportion importante (51%) du total des transactions de ces vins.

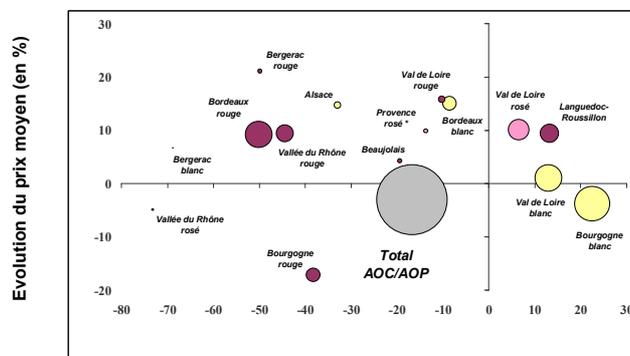
Au regard de la demande qui s'est exprimée jusqu'à présent, les prix moyens de ce début de campagne, tirés notamment par les prix rosés et blancs, restent en nette progression par rapport à 2013-14 pour les IGP commercialisées avec une mention de cépage (87,39 €/hl en rouge, +14 % / fin décembre 2013 ; 90,04 €/hl en rosé, +18 % ; 104,31 €/hl en blanc, +15 %) comme pour les IGP génériques vendues sans mention de cépage (78,86 €/hl en rouge, +10 % / fin décembre 2013 ; 87,18 €/hl en rosé, +8% ; 86,62 €/hl en blanc, +3%).

Sur les dernières semaines, on constate cependant un ralentissement de l'augmentation des prix moyens rouge/rosé sous l'effet d'un arrêt dans la hausse des rosés. On observe aussi une première inflexion dans la progression des prix en blanc.

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

D'après les statistiques vrac fournies par les organisations interprofessionnelles, on observe que le marché des vins d'Appellation d'Origine Protégée à fin novembre 2014 est encore relativement lent avec un millésime 2014 qui n'est pas encore en place dans de nombreuses régions. L'évolution des ventes semble donc encore le plus souvent impactée par les effets de la modeste récolte 2013 et ses conséquences sur les stocks disponibles.

AOC rouges/rosés/blancs en 2014-2015  
Transactions vrac à la production



Ventes en vrac à 4 mois de campagne 2014/2015\*\* (fin novembre 2014)  
\* Variations en vol. non significatives ; \*\* Campagne 1<sup>er</sup> août 2013 - 31 juillet 2014 ;  
Source : Organisations interprofessionnelles, Elaboration : FranceAgriMer  
ETABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

De façon générale, les volumes échangés sont en net retrait par rapport au début de la campagne précédente avec toutefois une situation diversifiée selon les régions et les couleurs. En rouge, les échanges cumulés depuis le début 2014-2015 apparaissent ainsi en recul dans la plupart des régions sauf le Languedoc-Roussillon.

A l'exception de la Vallée de la Loire, qui est en avance par rapport au début 2013-2014, il y a encore peu de transactions en rosé sur le Sud-est de la France. En blanc, les volumes sont par contre en progression sur la Vallée de la Loire et la Bourgogne malgré des échanges assez lents pour l'instant.

Mise à part la Bourgogne où les premiers cours sur le millésime 2014 des principales appellations vrac s'établissent en baisse par rapport à la campagne précédente, les prix moyens des quatre premiers mois de la campagne sont le plus souvent supérieurs à ceux du début 2013-2014, en cohérence avec un marché encore étroit et toujours influencé par la faiblesse des disponibilités 2013-2014.

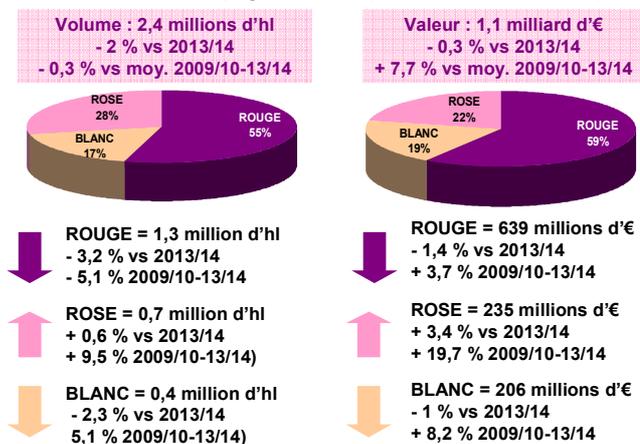
## Consommation

### Ventes de vins tranquilles en grande distribution Début de campagne 2014/15 (du 18/08/2014 au 09/11/2014) - Source IRI

Au terme des trois premiers mois de la campagne 2014/15, les ventes de vins tranquilles en grande distribution représentent 2,4 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires correspondant de 1,1 milliard d'euros, soit - 2 % en volume et - 0,3 % en valeur par rapport à la campagne 2013/14, et - 0,3 % en volume et + 7,7 % en valeur par rapport aux cinq campagnes précédentes.

Le prix moyen de vente de ces vins augmente de 1,7 % vs 2013/14 et de 8 % vs 2009/10-13/14, à 4,54 €/litre.

### Le marché des vins tranquilles en grande distribution : Début de campagne 2014/15 (du 18/08/14 au 09/11/14)



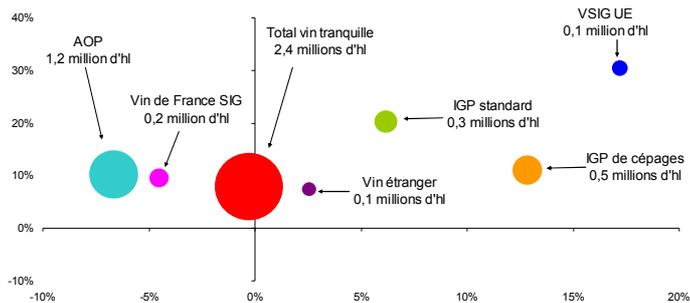
(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Malgré des pertes en Vin de France sans IG (- 5,8 % en volume et - 3,4 % en valeur vs 2013/14) et en AOP (- 10,1 % en volume et - 3,5 % en valeur vs 2013/14), le rosé est, à ce stade de la campagne, la seule couleur qui progresse, en volume comme en valeur, par rapport à la 2013/14 et à la moyenne 2009/10-13/14

S'agissant des catégories, les AOP et les Vins de France SIG enregistrent des pertes en volume par rapport à la dernière campagne et à la moyenne 2009/10-13/14, conséquence d'un déficit de récolte (intempéries lors de la campagne précédente,) et de stock.

Le recul des ventes d'AOP touche par ailleurs la quasi-totalité des régions viticoles, à l'exception du Languedoc-Roussillon (trois couleurs), et de la Provence Corse (en rouge et en blanc).

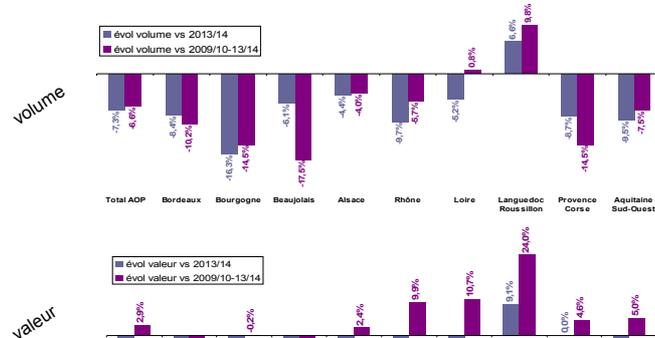
### Le marché des vins tranquilles en GD par catégories : Début de campagne 2014/15 (du 18/08/14 au 09/11/14) vs moyenne 2009/10-13/14



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Avec une part de marché volume de 51 % dans le total des ventes de vins tranquilles en GD, la catégorie des AOP a ainsi fortement contribué au déséquilibre de ce marché.

### Évolution des ventes d'AOP par régions



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Par ailleurs, le bag in box, toujours en vogue, représente à ce jour 35 % du volume de vente des vins tranquilles en grande distribution, et enregistre une croissance de 5,1 % en volume et de 7,6 % en valeur par rapport à 2013/14 et de 22,1 % en volume et de 34,4 % en valeur par rapport aux cinq campagnes précédentes.

## Commerce extérieur

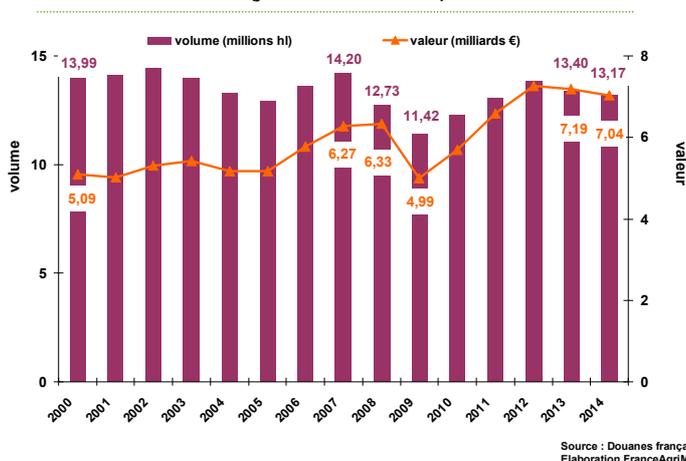
Rappel : l'évolution de la nomenclature pour le commerce extérieur permet de distinguer les vins IGP et les vins sans IG à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2010 seulement.

### Les exportations françaises de vins

#### Cumul 11 mois 2014

De janvier à novembre 2014, les exportations françaises de vins s'élèvent à 13,17 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 7,04 milliards d'euros. Elles sont en baisse d'environ 2 % par rapport à l'année passée, en volume comme en valeur. Une baisse relative car, comparativement à la moyenne des trois années précédentes, ces exportations se maintiennent tout de même en valeur.

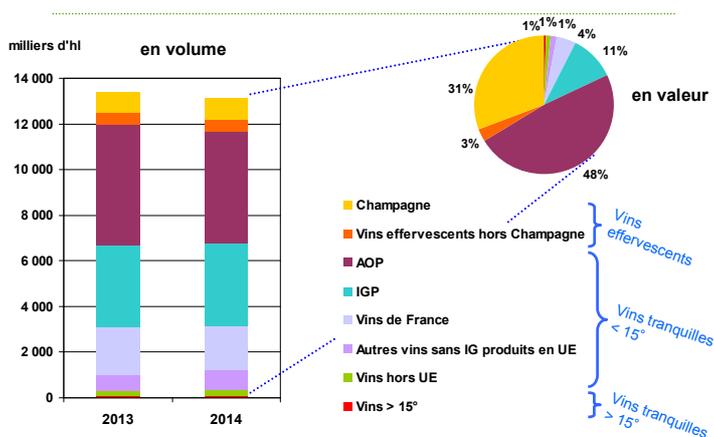
Les exportations françaises de vins  
Cumul 11 mois (janvier - novembre)



### Les exportations françaises par catégorie

Les exportations françaises de vins en volume et en valeur se décomposent de la façon suivante pour les onze premiers mois de 2014 :

Les exportations françaises de vins par catégorie  
11 mois 2014



Comme observé au cours de l'année 2014, les vins tranquilles AOP représentent la catégorie qui pénalise directement les exportations françaises par rapport à 2013. Sur la période considérée, les exportations de ces vins chutent de plus de 360 milliers d'hectolitres par rapport à l'année passée, quand d'autres catégories voient à l'inverse leurs volumes exportés progresser et ainsi compenser cette baisse.

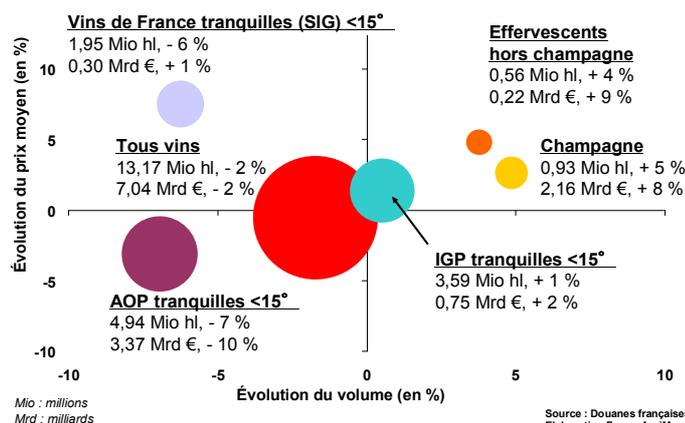
Pour les 11 premiers mois de 2014, les exportations françaises de vins se répartissent comme suit :

- Champagne, 7 % en volume, 31 % en valeur ;
- Autres effervescents, 4 % en volume, 3 % en valeur ;
- Vins tranquilles < 15°
  - AOP, 38 % en volume, 48 % en valeur ;
  - IGP, 27 % en volume, 11 % en valeur ;
- Vins sans IG produit en UE (dont Vins de France), 21 % en volume, 6 % en valeur

La part que représentent les exportations de vins tranquilles AOP dans la valeur dégagée par l'ensemble des exportations françaises est de 48 %, soit quatre points de moins qu'en 2013. Cette baisse, plus prononcée en valeur qu'en volume, est d'une part due à une baisse des prix des vins exportés, mais également à une progression des exportations de vins très bien valorisés, comme le Champagne.

Le graphique ci-dessous présente les évolutions des exportations françaises de vins, en volume et en prix, entre 2014 et 2013, pour les onze premiers mois de l'année. La taille des disques est proportionnelle au volume exporté pour chaque catégorie.

Les exportations françaises de vins  
11 mois 2014 vs 11 mois 2013



Les exportations de vins effervescents, Champagne et autres vins effervescents, signent de belles progression cette année. Les vins effervescents hors Champagne continuent leur développement à l'export après plus de dix ans de croissance. Il s'agit pour le Champagne d'une reprise après une année 2013 contrastée.

De janvier à novembre 2014, les exportations de vins tranquilles IGP sont en légère progression par rapport à l'année passée.

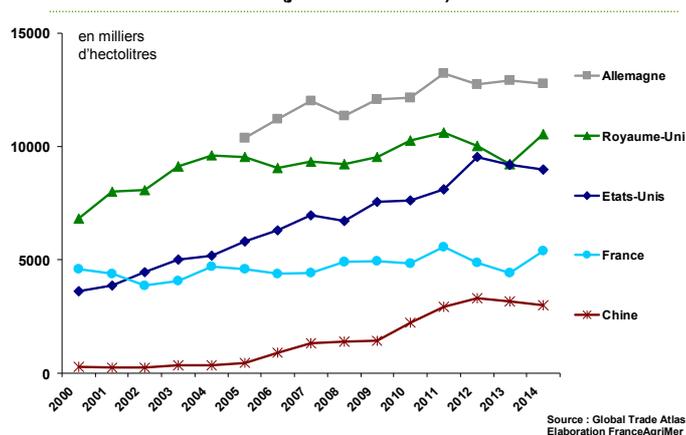
Les exportations de Vins de France (SIG) reculent en volume sur cette même période, notamment du fait de faibles disponibilités. Il est intéressant de noter que les autres vins sans IG produits en UE, qui sont dans les mêmes gammes de prix que les Vins de France à l'export (entre 1,2 et 1,5 euro/litre), voient eux leurs volumes exportés augmenter (+ 23 %), même s'ils restent toujours sur des volumes faibles en comparaison avec les Vins de France (0,85 contre 1,95 millions d'hectolitres).

## Les importations de vins en Allemagne, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis, en France et en Chine

### Cumul 10 mois 2014

Les évolutions des importations de vins de cinq des plus grands pays importateurs dans le monde permettent d'étudier le positionnement des principaux pays exportateurs qui sont en concurrence sur le marché mondial (Espagne, Italie, France, Chili, Australie et Afrique du Sud). La France étant un pays à la fois exportateur et importateur. La période considérée est janvier-octobre, les données n'étant pas disponibles au-delà.

**Evolution des importations allemandes, britanniques, américaines, françaises et chinoises de vins**  
Cumul 10 mois (janvier - octobre)

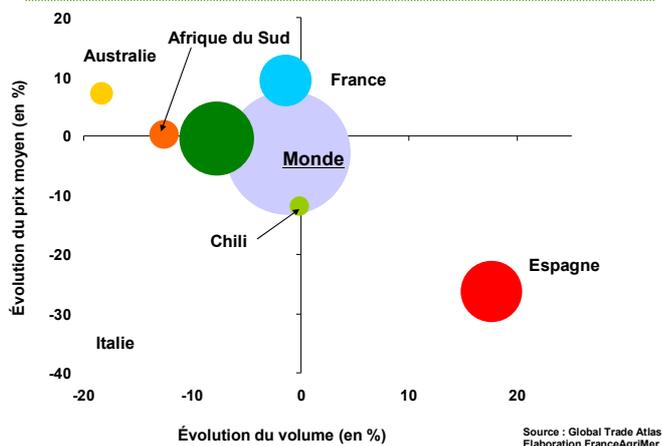


L'évolution à long terme des importations allemandes, britanniques, américaines et chinoises montre une nette progression de celles-ci depuis le début des années 2000. La France quant à elle importe un volume relativement stable. Ces dernières années, les volumes de vins importés par ces grands marchés sont plus soumis à variabilité que dans le passé.

Les graphiques suivants présentent les évolutions, en volume et en prix, des importations de ces cinq pays entre les dix premiers mois de 2014 et ceux de 2013. La taille des disques est proportionnelle au volume importé en provenance des pays indiqués.

### Les importations allemandes

**Les importations allemandes de vins par provenance**  
10 mois 2014 vs 10 mois 2013

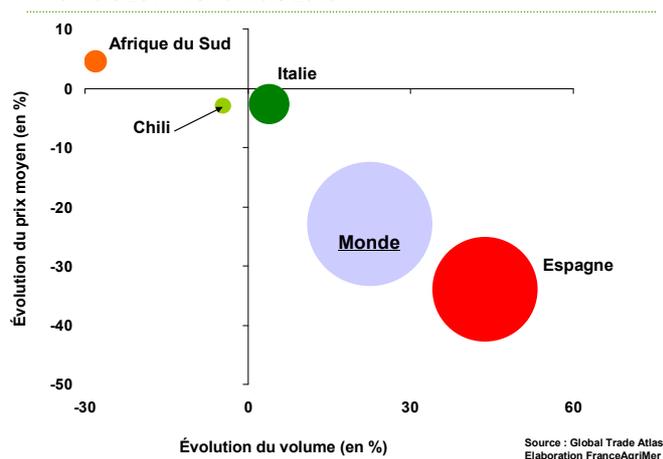


Les six pays présentés ici en provenance desquels l'Allemagne importe ses vins représentent près de 90 % de ses importations.

Mais l'Allemagne importe essentiellement des vins en provenance de l'UE. Les vins italiens, espagnols et français représentent plus des trois-quarts des volumes de vins importés. De janvier à octobre 2014, les importations allemandes en provenance d'Espagne gagnent 18 % par rapport à l'année passée. Cela est notamment dû à une importante baisse des prix ; les vins espagnols sont échangés sur le marché allemand à moins d'un euro par litre.

### Les importations françaises

**Les importations françaises de vins par provenance**  
10 mois 2014 vs 10 mois 2013

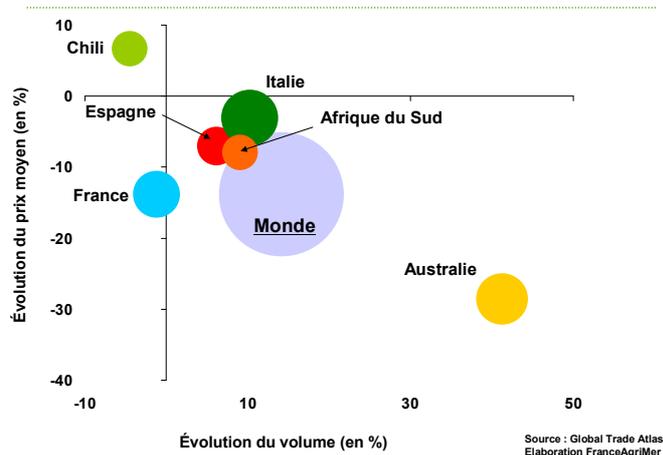


La France est le seul des pays présentés ici qui importe des vins dont le prix moyen est inférieur à un euro par litre. Cela s'explique notamment par la part que représentent les vins espagnols dans les importations françaises (plus de 70 % en 2014).

Le marché allemand comme le marché français sont très sensibles aux prix des vins importés. L'année passée, l'Afrique du Sud et le Chili avaient exporté massivement, pratiqué des prix très bas et ainsi gagné des parts de marché au détriment de l'Espagne, dont les disponibilités ne permettaient pas de fournir ces marchés. La bonne récolte 2013 a permis à l'Espagne de revenir sur ces marchés, mais, du fait des chutes des prix, cela s'est fait au prix d'importantes pertes en valeur.

### Les importations britanniques

**Les importations britanniques de vins par provenance**  
10 mois 2014 vs 10 mois 2013



Les importations britanniques repartent à la hausse en 2014 après deux années orientées à la baisse, mais tous les pays ne bénéficient pas de cette croissance.

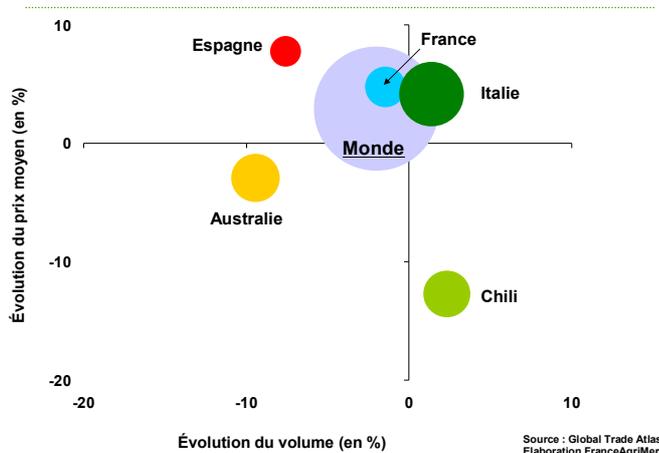
Le Royaume-Uni est un marché sur lequel la concurrence est bien différente de celle des deux marchés précédents. Les opérateurs de l'hémisphère sud y sont présents au même titre que les pays européens en termes de volumes échangés, avec des prix moyens cependant inférieurs à ceux des vins européens.

L'évolution des importations britanniques montre une tendance à la baisse des prix des vins importés. C'est le cas de l'Australie, 2<sup>ème</sup> pays fournisseur de ce marché, avec des prix qui chutent de 28 %. De janvier à octobre 2014, les importations en provenance d'Australie augmentent de plus de 40 % par rapport à l'année passée et reviennent à un niveau comparable à celui des cinq dernières années.

### Les importations américaines

#### Les importations américaines de vins par provenance

10 mois 2014 vs 10 mois 2013



Pour les dix premiers mois de l'année 2014, les importations américaines sont en légère baisse par rapport à l'année passée.

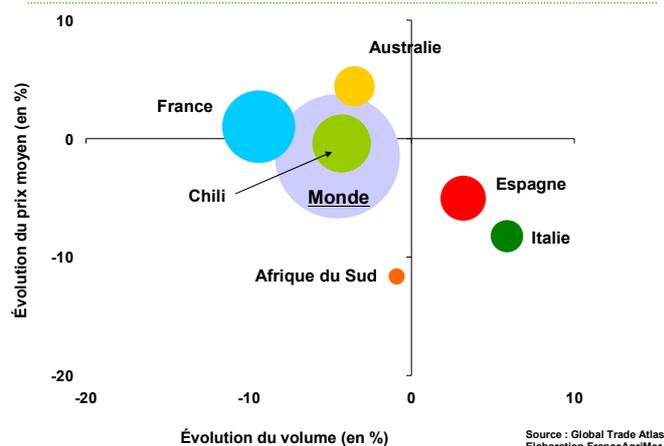
L'Italie confirme sa place de leader sur ce marché et progresse en volume et en prix. Les importations en provenance d'Espagne diminuent. A l'inverse de l'Allemagne et de la France, les Etats-Unis importent principalement des vins espagnols bien valorisés en bouteille et non en vrac, et dont le prix a par ailleurs augmenté cette année.

De façon générale, la France se distingue de ses concurrents sur ces trois grands marchés, principalement du fait de son positionnement en termes de prix. En outre, avec des prix à la hausse, les importations se maintiennent en volume sur les marchés allemand et américain. Au Royaume-Uni, marché vers lequel les vins français sont bien valorisés, le prix moyen de ces vins diminue, ce qui impacte directement la valeur dégagée par les exportations françaises. Le Royaume-Uni est ainsi le pays vers lequel la valeur des exportations françaises de vins diminue le plus en 2014.

### Les importations chinoises

#### Les importations chinoises de vins par provenance

10 mois 2014 vs 10 mois 2013



Les importations chinoises de vins en provenance de France représentent 35 % de l'ensemble des importations. Les principaux fournisseurs du marché chinois (France et Chili) sont les premiers à pâtir du recul de ces importations depuis deux ans.

Les prix des vins français se maintiennent entre 2013 et 2014 et la valeur dégagée par les exportations françaises diminue cependant moins fortement que l'année passée.

#### Remarque sur le relèvement des seuils de déclaration :

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

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