

# Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



• Mars 2016

## Marchés à la production vrac 2015-16

| 2015/16                         | Volumés cumulés depuis le début de la campagne* |                  |                  |
|---------------------------------|-------------------------------------------------|------------------|------------------|
| en 1000 hl                      | Rouges                                          | Rosés            | Blancs           |
| Total Vins de France (SIG)      | 690<br>(-19 %)                                  | 163<br>(-46 %)   | 628<br>(-12 %)   |
| Vins de France (SIG) de cépages | 287<br>(-13 %)                                  | 48<br>(-61 %)    | 374<br>(-3 %)    |
| Total IGP                       | 3 244<br>(+15 %)                                | 1 554<br>(-28 %) | 1 462<br>(+6 %)  |
| IGP de cépages                  | 2 494<br>(+16 %)                                | 1 048<br>(-17 %) | 1 292<br>(+12 %) |
| AOC                             | ↗                                               | ↘                | ↘                |

| 2015/16                         | Prix moyens depuis le début de la campagne* |                 |                  |
|---------------------------------|---------------------------------------------|-----------------|------------------|
| en €/hl                         | Rouges                                      | Rosés           | Blancs           |
| Total Vins de France (SIG)      | 77,51<br>(+3 %)                             | 78,81<br>(-2 %) | 86,58<br>(-1 %)  |
| Vins de France (SIG) de cépages | 83,83<br>(+5 %)                             | 83,65<br>(-1 %) | 93,11<br>(-1 %)  |
| Total IGP                       | 91,14<br>(+5 %)                             | 88,45<br>(-2 %) | 107,12<br>(+5 %) |
| IGP de cépages                  | 93,11<br>(+5 %)                             | 88,63<br>(-2 %) | 108,72<br>(+3 %) |
| AOC                             | ↗                                           | =               | ↗                |

(\*) Évolutions par rapport à 30 semaines de campagne 2014/15 pour les IGP et VSIG, 26 semaines pour les AOC.

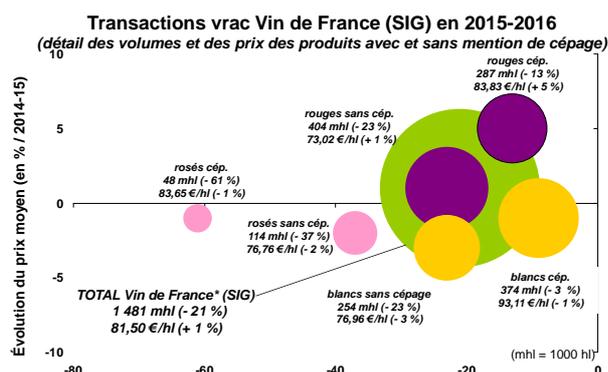
## Marchés à la production

D'après les données des contrats d'achat à fin février 2016, les transactions en vrac reculent par rapport à la campagne 2014-15 pour l'ensemble des couleurs en vins de France sans IG (-21 %). L'activité en IGP reste porteuse en 2016 et les transactions cumulées sont au niveau de la campagne précédente. Toutes couleurs confondues, les volumes de ventes sont légèrement inférieurs à la campagne précédente en vins AOP (comparaison sur les six premiers mois de la campagne) avec une hausse des ventes en rouges et une baisse en blancs et rosés.

Les prix moyens sont en hausse sur l'ensemble des segments en vins rouges alors que les vins blancs sont en hausse pour les IGP mais en baisse pour les vins de France sans IG. Les ventes de vins rosés restent très inférieures aux ventes de la campagne précédente en termes de volumes et les prix sont également en baisse et ce quel que soit le segment.

## Marché Vins de France (SIG)

Le marché des vins de France (SIG) reste sur une dynamique faible en 2015-2016 avec des volumes de transactions en retrait notamment dans le Languedoc Roussillon. En cumul à fin février, le total des échanges de Vins de France (SIG) s'élève à 1,5 million d'hectolitres, soit une baisse de 21% par rapport à 2014/2015. Cette baisse porte sur les trois couleurs.



(\*) Vin de France (SIG) avec cépages = 47 % des volumes

Évolution du volume (en % / 2014-15)

Ventes en vrac à 30 semaines de campagne 2015/2016 (fin février 2016)

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

52 % des ventes concernent des vins vendus sans mention de cépage ce qui représente 772 milliers d'hl (soit -25 % par rapport à la campagne précédente) répartis en 404 milliers d'hl de rouges (-23 %), 254 milliers d'hl de blancs (-23 %) et 114 milliers d'hl de rosés (-37 %).

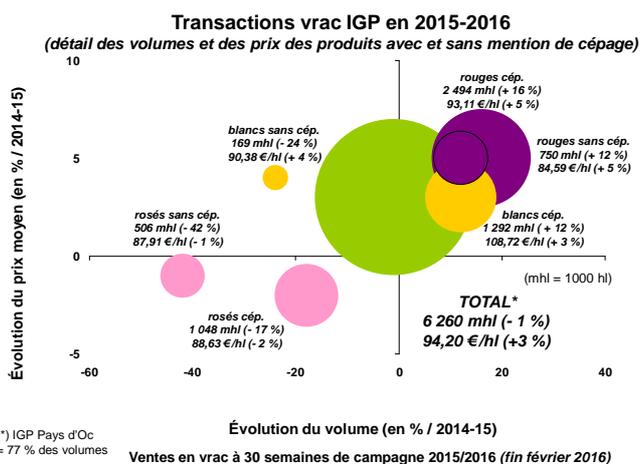
Les ventes de Vins de France (SIG) mentionnant un cépage représentent 48 % des transactions, soit un volume cumulé de 709 milliers d'hl (-16 % par rapport à 2014-2015), dont 287 milliers d'hl de rouges (-13 %), 374 milliers d'hl de blancs (-3 %) et 48 milliers d'hl de rosés (-61 %).

Les prix sont globalement stable pour les vins de France (SIG) avec mention de cépage par rapport à la campagne 2014-2015 avec des prix supérieurs de 5 % en rouges (83,83 €/hl) et en baisse de 1 % pour les blancs (93,11 €/hl) et les rosés (83,65 €/hl).

Pour les vins sans mention de cépage, les cours sont en baisse de 3% pour les blancs à 76,96 €/hl, de 2 % pour les rosés à 76,76 €/hl et en hausse de 1 % pour les rouges à 73,02 €/hl.

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

Les transactions en vins IGP sur les sept premiers mois de la campagne ont été globalement au même niveau que celles de la campagne précédente. L'activité en vins rouges avec et sans mention de cépage a été soutenue sur les deux premiers mois de l'année. En cumul les ventes progressent pour les vins rouges et les vins blancs de cépages alors que les vins rosés confirment la faible dynamique qu'ils ont depuis le début de campagne. A fin février, les échanges cumulés des vins IGP représentent 6,3 millions d'hectolitres, soit une baisse d'un pourcent par rapport à la campagne 2014-2015.



77 % des échanges concernent les vins vendus avec une mention de cépage, soit 4,8 millions d'hl (+6 % par rapport à 2014-2015) répartis en 2,5 millions d'hl de rouges (+16 %), 1 million d'hl de rosés (-17 %) et 1,3 million d'hl de blancs (+12 %).

Les ventes de vins sans mention de cépage (23 % des transactions) enregistrent quant à elles un cumul de 1,4 million d'hl (-19 %), dont 750 milliers d'hl de rouges (+12 %), 506 milliers d'hl de rosés (-28 %) et 169 milliers d'hl de blancs (-24 %).

Les cours des IGP avec mention de cépage s'établissent à 93,11 €/hl (+5 %) pour les rouges, à 88,63 €/hl pour les rosés (-2 %) et à 108,72 €/hl (+3 %) pour les blancs.

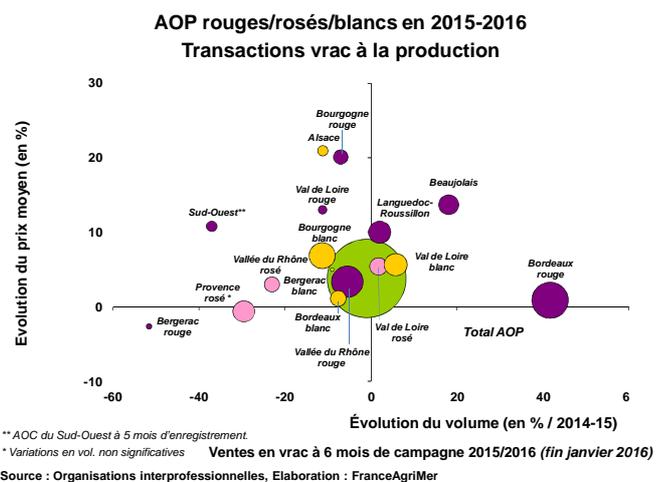
Sans mention de cépage, le prix des transactions est de 84,59 €/hl en rouges (+5 %), de 87,91 €/hl en rosés (-1 %) et de 90,38 €/hl en blancs (+4 %).

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

Les informations communiquées par les organisations interprofessionnelles des vins à AOC/AOP pour les six premiers mois de la campagne (à fin janvier 2016) font état globalement d'une légère baisse des transactions alors que les prix sont en augmentation.

Les transactions en vins rosés sont en légère baisse du fait du ralentissement des ventes en Val de Loire et Vallée du Rhône. Les appellations en rouges bénéficient de ventes plus importantes que la campagne passée avec notamment les vins de Bordeaux qui continuent à avoir des ventes actives. Les vins blancs sont plus en retrait du fait du ralentissement des ventes en Bourgogne.

Les transactions se font sur des bases de prix en hausse pour les vins d'appellations rouges et blancs avec une augmentation notable en Alsace blanc, en Bourgogne rouge et en Beaujolais. Les prix sont stables par rapport à la campagne 2014-2015 pour les vins rosés. On peut noter que les vins rouges ont bénéficié au mois de janvier d'une dynamique porteuse tant en termes de prix que de volumes.



### Sortie de chais des récoltants 2015-2016

Selon les informations enregistrées par les douanes françaises à fin décembre 2015, les sorties de chais de la campagne 2015-2016 sont en hausse de 5 % par rapport à la précédente campagne, à 17 millions d'hectolitres. Les sorties de chais AOC sont en hausse de 14,7 % alors

que les VSIG sont en forte baisse à -27,3 % et les IGP en légère baisse à -3,2 %.

Evolution des sorties de chais des récoltants  
2015/16 vs 2014/15

|                | Sorties de chais (en million d'hl) |         |           |
|----------------|------------------------------------|---------|-----------|
|                | 2015/16                            | 2014/15 | Var. en % |
| AOC/AOP        | 11,753                             | 10,245  | + 14,7 %  |
| IGP            | 3,548                              | 3,666   | - 3,2 %   |
| VSIG et autres | 1,686                              | 2,319   | - 27,3 %  |
| TOTAL          | 16,987                             | 16,230  | + 4,7 %   |

Sorties de chais à 5 mois de campagne 2015-2016 (fin décembre 2015)

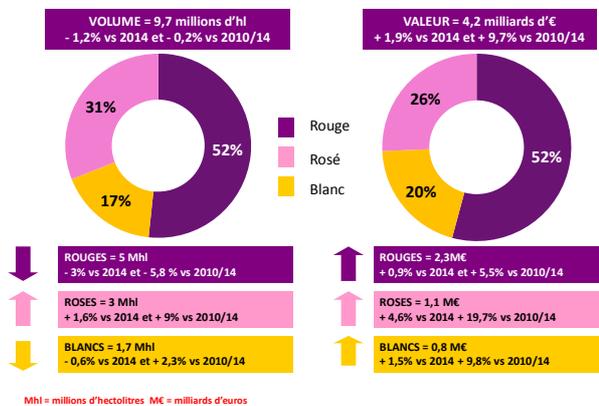
Source : DGDDI

## Consommation

### Ventes de vins tranquilles en grande distribution Bilan 2015 (Source IRI)

D'après les premiers résultats du panel IRI pour l'année 2015, les ventes de vins tranquilles en grande distribution reculent de 1,2% en volume par rapport à 2014, et se stabilisent par rapport à la moyenne quinquennale, à 9,7 millions d'hectolitres. Ces ventes, au prix moyen de 4,32 €/litre progressent toutefois en valeur (+1,9 % vs 2014 et +9,7 % par rapport à 2010/14) à 4,2 milliards d'euros.

#### Le marché des vins tranquilles en grande distribution - année 2015



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Seuls les vins rosés affichent une croissance en volume, malgré des difficultés pour les vins d'appellations et les vins de France SIG sur cette couleur. Les vins rouges poursuivent leur déclin (- 3 % vs 2014 et - 5,8 % vs 2010/14) via les AOP, les vins de France SIG et les IGP standard. Les vins blancs reculent de 0,6 % par rapport à 2014. En valeur, les trois couleurs progressent.

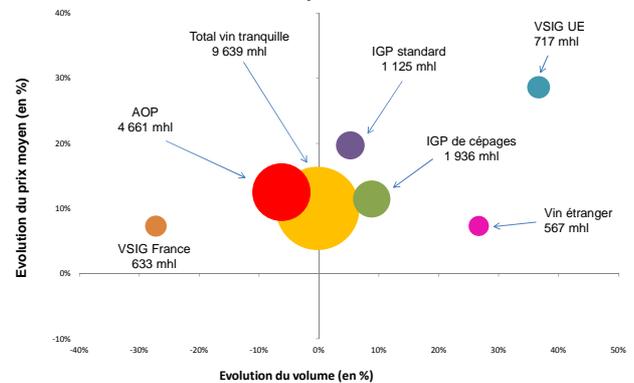
Par rapport à l'année 2014, toutes les catégories de vins tranquilles enregistrent des pertes en volume, à l'exception des vins sans IG en provenance de l'union Européenne (+ 23 %) et des vins étrangers (+27,6 %). En revanche, par rapport à la moyenne quinquennale, seuls les vins d'appellations et les vins de France SIG diminuent respectivement de 6,2 % et de 27,2 % en volume, et ce sur les trois couleurs.

En 2015, les ventes d'AOP reculent dans presque toutes les régions. C'est dans le bordelais, la plus grosse région productrice française (27% de PDM volume dans les ventes totales de vins tranquilles en grande distribution), que les pertes en volume sont les plus fortes : - 5,2 % vs 2014 et -11,3 % vs 2010/14 (cette région enregistre également des pertes en valeur par rapport à 2014 et à la moyenne 5 ans). Dans le Rhône, deuxième région productrice (18 % de PDM volume), les volumes commercialisés reculent de 3,4 % vs 2014 et de 5,3 % vs 2010/14).

En définitive, dans le segment des AOP, seules deux régions progressent en volume vs 2014, la Provence-Corse (+0,6 %) et le Beaujolais (+2,4 %), alors que comparé à 2010/14, seul le Languedoc-Roussillon s'inscrit en positif (+4,5 %).

Ces baisses résultent à la fois d'un déficit d'offre lié aux années précédentes et d'une diminution des opérations promotionnelles.

Évolution des ventes de vins tranquilles par catégorie  
2015 vs moyenne 2010/14



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

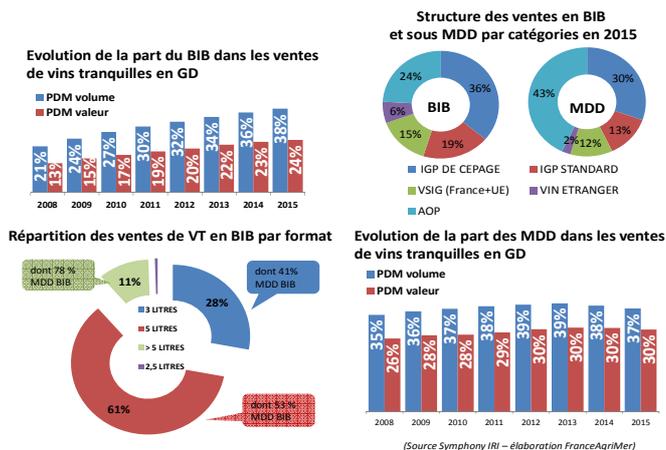
Les ventes de vins de France SIG chutent fortement en 2015, que ce soit en volume (-25,3 % vs 2014 et -27,2 % vs 2010/14) ou en valeur (-25,8 % vs 2014 et -21,9 % vs 2010/14).

Les ventes d'IGP (de cépage + standard) reculent légèrement en volume (-0,4 %) par rapport à 2014 mais restent supérieures de 7,5 % à la moyenne 2010/14 et progressent en valeur.

Les vins sans IG en provenance de l'union Européenne et les vins étrangers sont deux catégories particulièrement dynamiques en 2015, avec des ventes en augmentations respectives de 23 % et 28 % en volume par rapport à 2014 (+37 % et +27 % vs 2010/14), et de 28 % et 29 % en valeur par rapport à 2014 (+74 % et +36 % vs 2010/14).

L'Espagne reste l'origine prédominante du segment des vins étrangers, avec 78 % de part de marché volume (au lieu de 72 % en 2014, au détriment de l'origine italienne qui perd 5 pts). En 2015, les ventes de vins espagnols en grande distribution ont représenté 444 milliers d'hectolitres et généré 539 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 40 % en volume et de 54 % en valeur par rapport à 2014. 97 % des vins espagnols sont des vins sans IG, 2 % sont des AOP et 1 % des IGP.

Par ailleurs, le Bag in Box poursuit sa croissance, et pèse désormais 38 % en volume et 24 % en valeur dans les ventes totales de vins tranquilles.



En 2015, les ventes de vins en BIB s'élèvent à 3,65 millions d'hectolitres (+3,3 % vs 2014 et +18,5 % vs 2010/14) et génèrent 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires (+5,7 % vs 2014 et +29,7 % vs 2010/14).

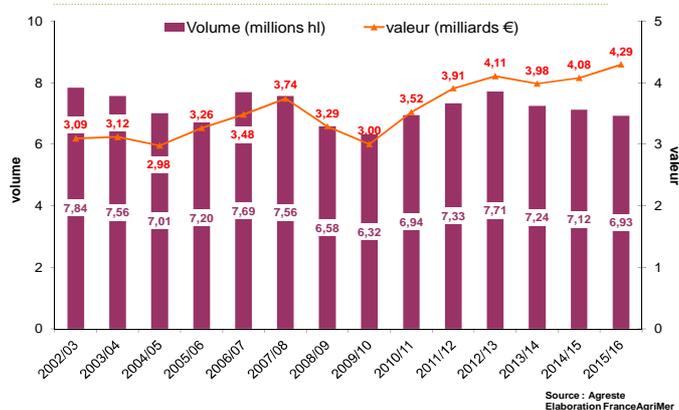
Ces ventes sont réparties en 49 % de vins rouges, 41 % de rosés et 11 % de blancs, et, par catégorie, en 36 % d'IGP de cépage, 24 % d'AOP, 19 % d'IGP standard, 15 % de VSIG (France + UE) et 6 % de vins étrangers. Le format 5 litres est le plus répandu (61 % des ventes), devant le 3 litres (28 %).

Par ailleurs, 52 % des vins conditionnés en Bag in Box sont commercialisés sous marques de distributeurs (MDD), dont 22 % en 3 litres, 62 % en 5 litres et 16 % en 5 litres et plus. Les vins sous marques de distributeurs (3,5 millions d'hectolitres pour 1,2 milliard d'euros) reculent pour leur part de 3,6 % vs 2014, et se stabilisent en valeur.

## Commerce extérieur

### Les exportations françaises de vins 6 mois de campagne 2015/2016

Les exportations françaises de vins 6 mois de campagne 2015/2016



Par rapport aux 6 premiers mois de la campagne passée, les exportations françaises de vins reculent légèrement en volume à -3 %, mais progressent en valeur à +5 %.

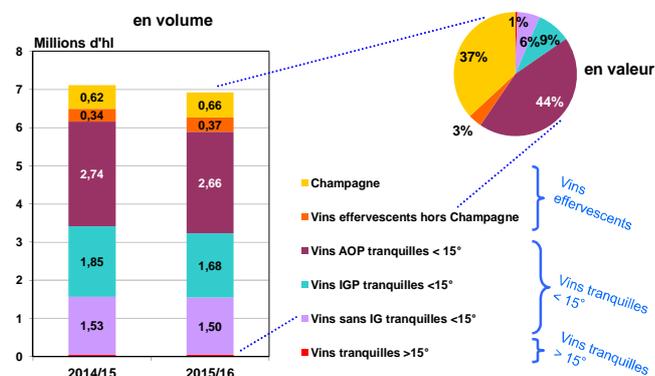
Les volumes exportés d'août 2015 à janvier 2016 atteignent ainsi 6,93 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires record de 4,29 milliards d'euros.

### Les exportations françaises par catégorie

En volume, en dehors des vins effervescents, aucune catégorie de vins ne progresse à l'export. Cette baisse des exportations est en partie due au manque de disponibilités causé par des années de faibles récoltes.

En valeur, les 6 premiers mois de la campagne 2015/2016 ont été marqués par une hausse des exportations sur toutes les catégories, à l'exception des vins IGP qui ont vu leur valeur légèrement diminuer (-1 %). La progression la plus notable a été observée pour les vins effervescents, avec +12 % pour le Champagne et +16 % pour les effervescents hors Champagne.

Les exportations françaises de vins par catégorie 6 mois de campagne 2015/2016



Sur la période allant d'août 2015 à janvier 2016, les parts de marché des exportations françaises de vins se répartissent comme suit :

#### Effervescents

- Champagne, 10 % en volume, 37 % en valeur ;
- Autres effervescents, 5 % en volume, 4 % en valeur ;

#### Vins tranquilles < 15°

- AOP, 38 % en volume, 44 % en valeur ;
- IGP, 24 % en volume, 9 % en valeur ;
- Vins SIG, 22 % en volume, 6 % en valeur

Les exportations de vins tranquilles AOP augmentent en valeur par rapport aux 6 premiers mois de 2014/2015 du fait d'une hausse des prix moyens à l'export, les volumes exportés ayant légèrement reculé. Cela masque cependant d'importantes disparités entre appellations. Les AOP du Languedoc-Roussillon ont nettement reculé en volume (-8 %), mais la hausse de leur prix moyen à l'export a permis un maintien de la valeur exportée. Les AOP Bordeaux, qui représentent le plus important flux d'exportations de vins AOP (39 % des volumes), ont à la fois vu leur quantité et leur valeur reculer de 2 % à l'export, le prix moyen ayant stagné. Les AOP Côtes-du-Rhône ont certes été exportées à un prix moyen en hausse (+8 %), mais cela n'a pas été suffisant pour compenser la baisse des volumes (-8 %), ainsi les exportations ont diminué en valeur (-1 %). Dans le même

temps, les AOP Bourgogne affichent un bilan à l'export plus positif, avec des volumes stables et un prix moyen en légère hausse (+4 %).

Les exportations de vins IGP tranquilles perdent du terrain en volume (-9 %) mais bénéficient d'une meilleure valorisation grâce à un prix moyen export qui s'accroît de 8 %. Par conséquent le recul des exportations reste limité en valeur (-1 %).

Concernant les vins SIG, la distinction entre les vins de France (SIG) et les autres vins SIG ne peut pas être faite dans ce bilan ; les données détaillées pour janvier 2016 ne sont pas encore parues.

Sur août-janvier 2015/2016, le segment des vins effervescents se distingue de nouveau par son dynamisme. Le Champagne poursuit sa tendance haussière en conjuguant augmentation des volumes (+6 %) et du prix moyen export (+6 %). Les exportations de vins effervescents hors Champagne présentent également de très bons résultats (+10 % en volume et +16 % en valeur).

### Les exportations françaises par destination

Pour les 6 mois de la campagne 2015/2016, l'Allemagne reste le premier marché en volume des vins français à l'export. Néanmoins, comparées à l'an passé, les exportations françaises vers cette destination se réduisent à la fois en volume et en valeur.

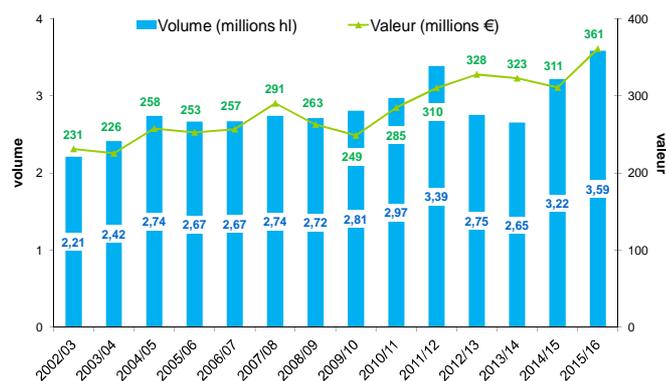
Le Royaume-Uni, qui était pour la même période 2014/2015 le premier marché pour les vins français en valeur, a importé moins de vins français en quantité. Toutefois, les vins français exportés vers ce marché ont été mieux valorisés en 2015/2016, ce qui a permis à la France d'augmenter malgré tout ses exportations en valeur. Désormais, les Etats-Unis deviennent la première destination des exportations françaises de vins en valeur avec 663,4 millions d'euros d'exportations sur août-janvier 2015/2016. Cette performance est essentiellement due à la forte progression des exportations de Champagne vers ce marché (+34 % en valeur vs août-janvier 2014/2015).

### Les importations françaises de vins 6 mois de campagne 2015/2016

Les importations françaises de vins ont progressé sur la période allant d'août 2015 à janvier 2016 (+12 % vs la même période de la campagne précédente), cela fait suite à une campagne 2014/2015 déjà marquée par une forte hausse des volumes importés (+21 %). Au cours des 6 premiers mois 2015/2016, ils atteignent 3,59 millions d'hectolitres, leur plus haut niveau historique.

En valeur, les importations françaises, qui atteignent 361 millions d'euros, affichent une progression encore plus soutenue (+16 %).

### Les importations françaises de vins 6 mois de campagne 2015/2016



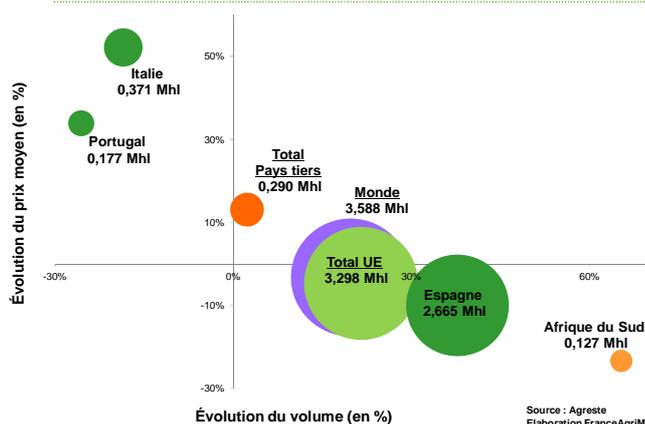
Source : Agreste  
Elaboration FranceAgriMer

Les importations françaises de vins sont avant tout constituées de vin en vrac. La majeure partie de ces volumes correspond à des vins en vrac sans indication géographique (SIG) et sans mention de cépage.

En volume, l'évolution des parts de marché des principaux pays fournisseurs du marché français sur 6 mois de la campagne 2015/2016 montre une véritable montée en puissance de l'Espagne, au détriment de l'Italie. Sa part de marché sur août-janvier 2015/2016 est de 74 % contre 59 % en 2010/2011. L'origine Espagne domine surtout parmi les vins SIG en vrac sans mention de cépage. En valeur, avec 31 % de part de marché, le poids de l'Espagne est bien plus modéré en raison du segment importé (vin SIG en vrac à prix bas).

### Les importations françaises de vins par provenance

Comparaison 6 mois de campagne 2015/2016 vs moyenne 5 ans



Source : Agreste  
Elaboration FranceAgriMer

Si l'on compare à la moyenne quinquennale, les importations totales de vins progressent en valeur mais à un prix moyen en baisse.

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