

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



• Janvier 2017

Marchés à la production vrac 2016-17

2016/17	Volumes cumulés pour la campagne			
	en 1000 hl	Rouges	Rosés	Blancs
Total Vins de France (SIG)		271 (-32 %)	91 (-7 %)	240 (-35 %)
Vins de France (SIG) de cépages		89 (-43 %)	26 (-12 %)	129 (-45 %)
Total IGP		1033 (-28 %)	827 (-12 %)	635 (-29 %)
IGP de cépages		824 (-40 %)	480 (-29 %)	544 (-33 %)
AOC		↘	↗	↘

2016/17	Prix moyens pour la campagne			
	en €/hl	Rouges	Rosés	Blancs
Total Vins de France (SIG)		70,63 (-7 %)	74,67 (-5 %)	78,11 (-10 %)
Vins de France (SIG) de cépages		81,66 (-1 %)	79,52 (-6 %)	89,20 (-4 %)
Total IGP		88,41 (-2 %)	87,21 (+0 %)	100,99 (-5 %)
IGP de cépages		90,52 (-2 %)	83,71 (-5 %)	104,85 (-3 %)
AOC		↘	↗	↗

(*) Évolutions par rapport à 22 semaines de campagne 2015/16 pour les IGP et VSIG, 17 semaines pour les AOC.

Marchés à la production

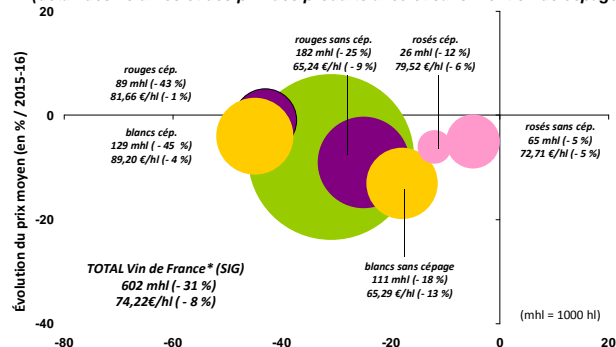
D'après les données des contrats d'achat à fin décembre 2016, les transactions en vrac de vins de France SIG et de vins IGP reculent pour l'ensemble des couleurs par rapport à la campagne 2015-2016. Toutes couleurs confondues, les volumes de ventes sont légèrement inférieurs à la campagne précédente en vins AOC avec une hausse des ventes en rosés et une baisse en blancs et rouges.

Les prix moyens sont en baisse pour les vins de France SIG et les IGP pour l'ensemble des couleurs. A l'inverse, les prix des vins AOC sont en progression par rapport à la campagne précédente.

Marché Vins de France (SIG)

Le marché des vins de France (SIG) reste avec des volumes de ventes plus faibles que lors de la campagne 2015-2016. En cumul, sur les cinq premiers mois de la campagne, les échanges de Vins de France (SIG) s'élèvent à 602 milliers d'hectolitres, soit une baisse de 31 % par rapport à 2015-2016. Après un mois de novembre peu dynamique, décembre présente le même ralentissement.

Transactions vrac Vin de France (SIG) en 2016-2017
(détail des volumes et des prix des produits avec et sans mention de cépage)



(*) Vin de France (SIG) avec cépages = 41 % des volumes

Ventes en vrac à 22 semaines de campagne 2016/2017 (fin décembre 2016)

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

59 % des ventes concernent des vins vendus sans mention de cépage ce qui représentent 358 milliers d'hl (soit -20 % par rapport à la campagne précédente) réparties en 182 milliers d'hl de rouges (-25 %),

111 milliers d'hl de blancs (-18 %) et 65 milliers d'hl de rosés (-5 %).

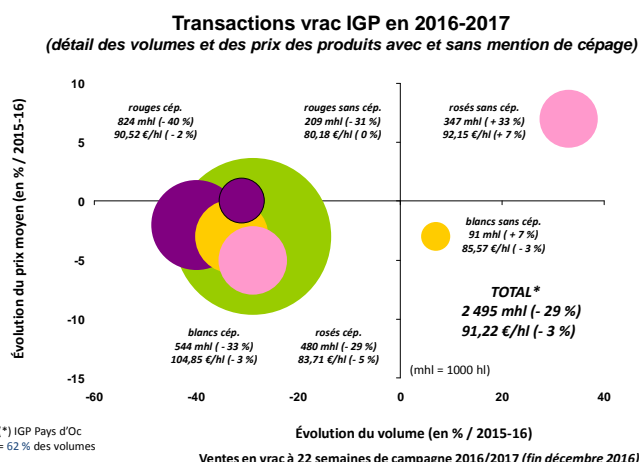
Les ventes de Vins de France (SIG) mentionnant un cépage représentent 41 % des transactions, soit un volume cumulé de 244 milliers d'hl (-42 % par rapport à 2015-2016), dont 89 milliers d'hl de rouges (-43 %), 129 milliers d'hl de blancs (-45 %) et 26 milliers d'hl de rosés (-12 %).

Les prix sont globalement en baisse pour les vins de France (SIG) avec mention de cépage par rapport à la campagne 2015-2016 avec des prix inférieurs de 1 % en rouges (81,66 €/hl), de 6 % pour les rosés (79,52 €/hl) et de 4 % pour les blancs (89,20 €/hl).

Pour les vins sans mention de cépage, les cours sont en baisse de 18 % pour les blancs à 65,29 €/hl, de 5 % pour les rosés à 72,71 €/hl et de 9 % pour les rouges à 65,24 €/hl.

Marché Vins à Indication Géographique Protégée (IGP)

Les transactions en vins IGP sur le début de campagne sont en net repli par rapport à la campagne 2015-2016. Le retard en ventes de vin IGP a été en partie compensé avec des transactions en décembre plutôt dynamiques. Cependant le cumul campagne reste inférieur à celui de 2015/2016. Les transactions en vins IGP sont ainsi 29 % inférieures à celles de la campagne précédente à 2,5 millions d'hl.



74 % des échanges concernent les vins vendus avec une mention de cépage, soit 1,8 million d'hl (-36 % par rapport à 2015-2016) répartis en 824 milliers d'hl de rouges (-40 %), 544 milliers d'hl de blancs (-33 %) et 480 milliers d'hl de rosés (-29 %).

Les ventes de vins sans mention de cépage (26 % des transactions) enregistrent quant à elles un cumul de 646 milliers d'hl (+0 %), dont 209 milliers d'hl de rouges (-31 %), 347 milliers d'hl de rosés (+33 %) et 91 milliers d'hl de blancs (+7 %).

Les cours des IGP avec mention de cépage s'établissent à 90,52 €/hl (-2 %) pour les rouges, à 83,71 €/hl pour les rosés (-5 %) et à 104,85 €/hl (-3 %) pour les blancs.

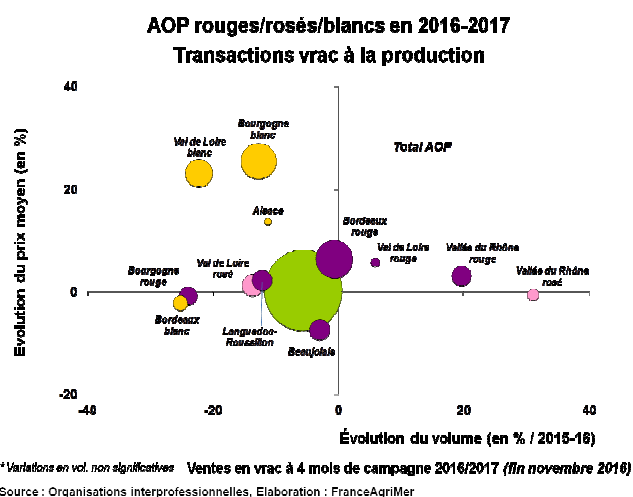
Sans mention de cépage, le prix des transactions est de 80,18 €/hl en rouges (stable), de 92,15 €/hl en rosés (+7 %) et de 87,36 €/hl en blancs (+4 %).

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

Le début de la campagne de commercialisation des vins à AOC/AOP vrac est en légère diminution en termes de volumes par rapport à la campagne précédente du fait de la baisse des transactions en blancs.

Les transactions en vins rosés sont en augmentation du fait d'une accélération des ventes dans les principales régions productrices. Les appellations en rouges sont en légère baisse en termes de ventes. Les ventes de vins blancs sont en retrait du fait de la baisse en Val de Loire et en Bourgogne.

Les transactions se font sur des bases de prix en hausse pour les vins d'appellations rosés et blancs avec notamment une forte augmentation en Bourgogne et en Val de Loire blanc.



Sorties de chais de producteurs et négociants vinificateurs (en milliers d'hl) en 2016/2017

AOC/AOP	6190
IGP	2800
VSIG et autres	1497
Total	10487

Sorties de chais à 3 mois de campagne 2016-2017 (fin octobre 2016) source DGDDI

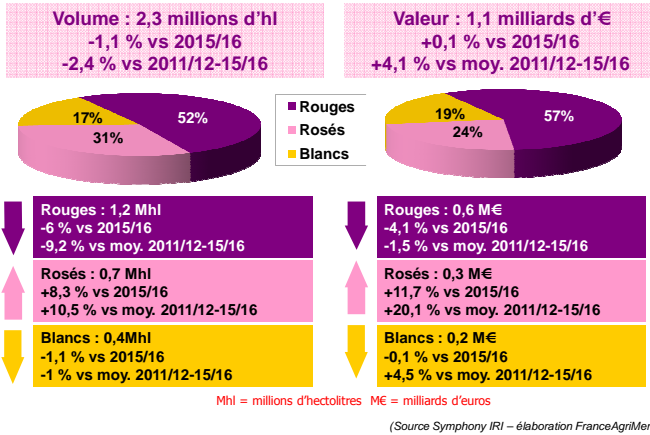
Consommation

Ventes de vins tranquilles en grande distribution Début de campagne 2016/2017 (du 15/08/2016 au 06/11/2016) Source IRI

Sur le premier trimestre de la campagne 2016/2017, les ventes de vins tranquilles en grande distribution enregistrent une baisse en volume par rapport à la même période 2015/2016 (-1,1 %) et à la moyenne des cinq campagnes précédentes (-2,4 %).

Ces ventes continuent toutefois à se valoriser (+0,1 % vs 2015/16 et +4,1 % vs 2011/12-15/16) dans un contexte d'augmentation de leur prix moyen (+1,2 % 2015/16 et +6,6 % vs 2011/12-15/16, à 4,22 €/litre).

Le marché des vins tranquilles en grande distribution
Début de campagne 2016/2017 (du 15/08/2016 au 06/11/2016)

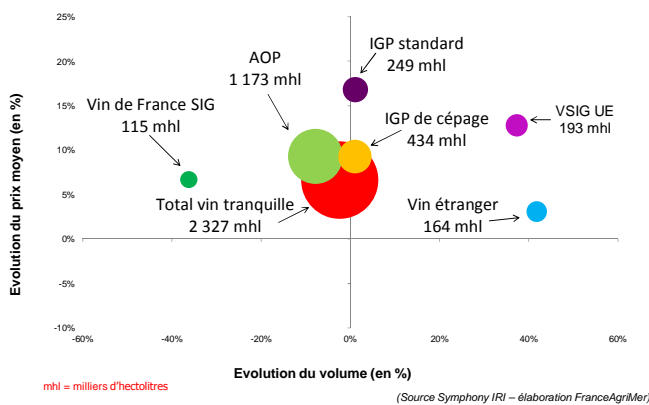


Comparées à 2015/16 et à 2011/12-15/16, ces ventes ne progressent qu'en vins rosés, et, par catégories, en VSIG UE et en vins étrangers.

Les AOP restent stables en valeur mais reculent en volume (-2,3 % vs 2015/16 et -7,8 % vs 2011/12-15/16).

Dans ce segment, seules les appellations du Beaujolais et de la Provence affichent une croissance, en volume comme en valeur, sans toutefois compenser les pertes des autres régions viticoles.

Évolution des ventes de vins tranquilles par catégorie
Début de campagne 2016/2017 (du 15/08/2016 au 06/11/2016)



Les ventes d'IGP, dynamisées par les vins de cépages, augmentent par rapport aux cinq dernières campagnes (+1,1 % en volume et +12,8 % en valeur) mais diminuent de 1,9 % en volume par rapport à 2015/16 (+0,8 % en valeur).

Les ventes des vins de France SIG continuent, quant à eux, leur repli en volume (-11,5 % vs 2015/16 et -36,2 % vs 2011/12-15/16) mais aussi en valeur (-9,4 % vs 2015/16 et -31,8 % vs 2011/12-15/16).

Le bag in box poursuit sa croissance, dynamisé par le format 3 litres (29 % de PDM volume) dont les ventes

progressent de 11,3 % en volume sur les trois dernières campagnes, mais également par les vins rosés (43 % de PDM volume et +10,8 % vs 2014/15-15/16).

A noter dans ce segment que les vins étrangers, qui pèsent peu (9 % en volume et 6 % en valeur), affichent une croissance de 71,8 % en volume et de 73,3 % en valeur sur les trois dernières campagnes, alors qu'inversement, les IGP de cépages (33 % de PDM volume et 32 % en valeur) affichent -6,4 % en volume et -4,1 % en valeur sur la même période.

Comme le bag in box, les vins commercialisés sous marques de distributeurs (MDD) ne progressent qu'en rosé, en bag in box 3 litres, en VSIG UE et en vins étrangers.

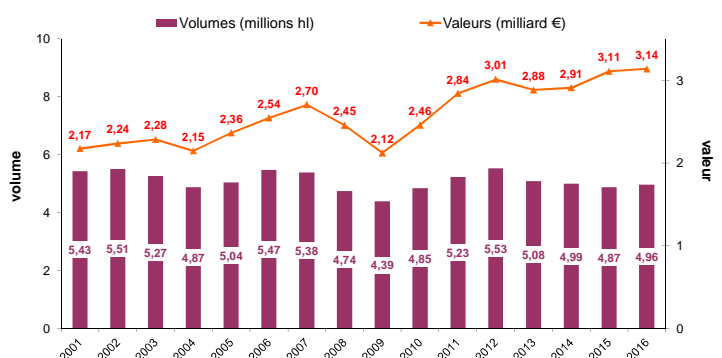
Par ailleurs, 54 % des vins commercialisés sous marques de distributeurs sont conditionnés en bag in box, dont 62 % en 5 litres, 24 % en 3 litres et 14 % en plus de 5 litres.

Commerce extérieur

Les exportations françaises de vins Cumul 4 mois 2016/2017 (août-novembre)

Par rapport aux 4 premiers mois de campagne août-novembre 2015/2016, les exportations françaises de vins repartent légèrement à la hausse en volume (+2 %) et en valeur (+1 %). Les volumes exportés sur le cumul d'août à novembre 2016/2017 atteignent ainsi 4,96 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 3,14 milliards d'euros.

Les exportations françaises de vins 4 mois de campagne (cumul août à novembre)



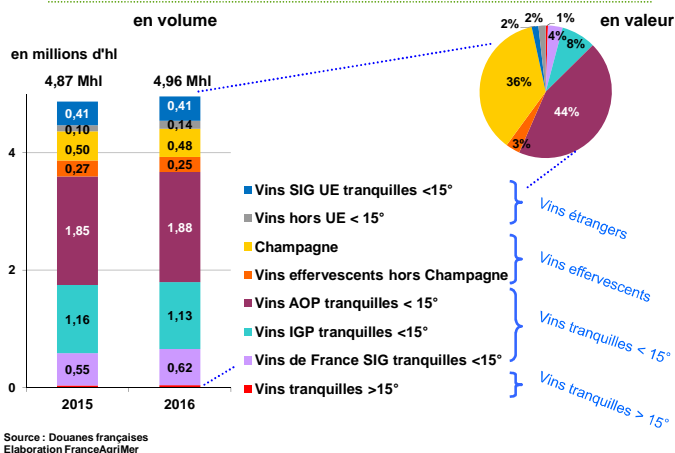
Source : Global Trade Atlas
Élaboration FranceAgriMer

Les exportations françaises par catégorie

En volume, les 4 premiers mois de 2016/2017 ont été marqués par un progression des exportations par rapport à la même période 2015/2016 sur plupart des catégories, à l'exception des vins effervescents (-4 %) et des vins IGP (-2 %). La hausse globale des exportations est en partie due à des disponibilités plus importantes suite à

une récolte 2015 de retour à la normale. Les plus fortes hausses s'observent pour les vins hors UE réexportés (+31 %) et les vins de France SIG (+12 %).

Les exportations françaises de vins par catégorie 4 mois de campagne (cumul août à novembre)



En valeur, on observe également une hausse des exportations sur la majorité des catégories exceptés les vins effervescents (-4 %) et des vins IGP (-1 %).

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

Effervescents

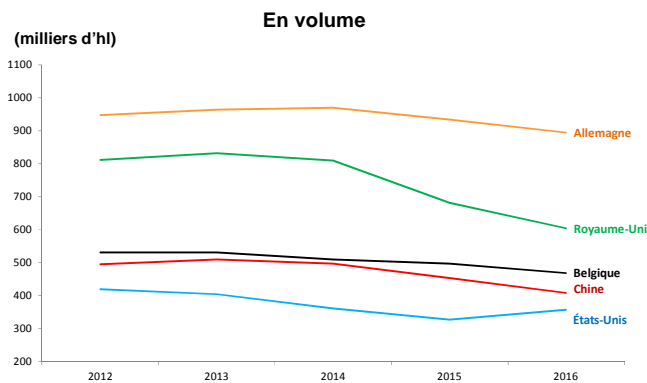
- Champagne, 10 % en volume, 37 % en valeur ;
- Autres effervescents, 5 % en volume, 3 % en valeur;

Vins tranquilles <15°

- AOP, 38 % en volume, 44 % en valeur ;
- IGP, 23 % en volume, 8 % en valeur ;
- Vins de France SIG, 12 % en volume, 4 % en valeur ;
- Vins SIG UE, 8 % en volume, 2 % en valeur ;
- Vins hors UE, 3 % en volume, 2 % en valeur.

Les exportations françaises par destination

Les exportations françaises de vins par destination 4 mois de campagne (cumul août à novembre)

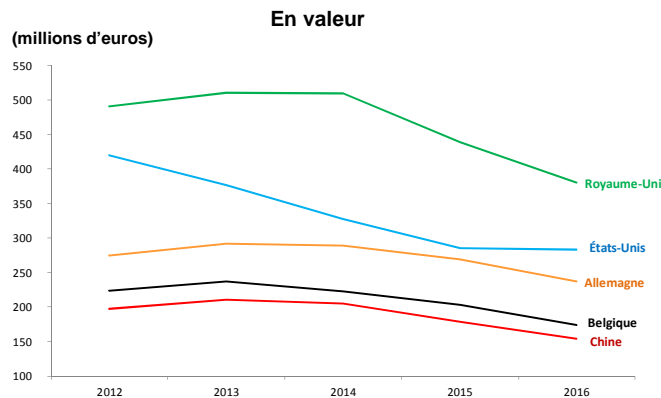


Sur le cumul d'août à novembre 2016, les exportations françaises de vins vers les pays de l'UE reculent en volumes par rapport à la campagne précédente, notamment vers les principales destinations : l'Allemagne (-4 %), le Royaume-Uni (-11 %) et la Belgique (-6 %). Le

recul des exportations vers la Chine est aussi notable (-10 %). A l'inverse, ces dernières sont en progression vers les Etats-Unis (+9 %).

L'Allemagne reste le premier marché en volume des vins français à l'export avec 20 % de part de marché, devant le Royaume-Uni (14 %), la Belgique (11 %), la Chine (9 %) et les Etats-Unis (8 %).

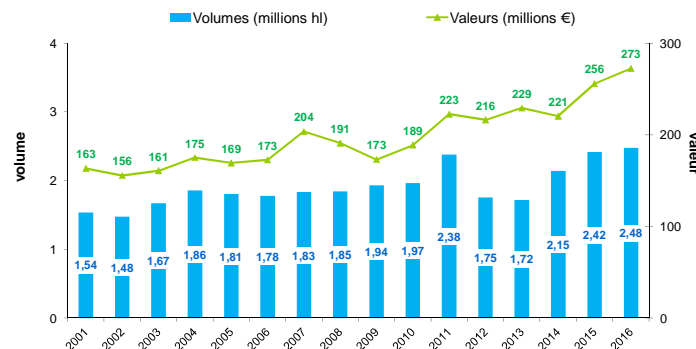
Les exportations françaises de vins par destination 4 mois de campagne (cumul août à novembre)



Sur le début de campagne, le Royaume-Uni est le premier marché pour les vins français en valeur (17 % de part de marché). Outre les volumes en baisse, les vins français exportés vers ce marché ont été moins bien valorisés avec un prix moyen en baisse de 2 % par rapport à la même période 2015. Les Etats-Unis se positionnent comme le deuxième marché de valeur pour les exportations françaises de vins avec 284 millions d'euros d'exportations sur août-novembre 2016/2017 (18 % de part de marché en valeur).

Les importations françaises de vins Cumul 4 mois 2016/2017 (août-novembre)

Les importations françaises de vins 4 mois de campagne (cumul août à novembre)



Les volumes de vins importés par la France ont augmenté sur août-novembre 2016 (+2 % vs la même période 2015), cela fait suite à un cumul août-novembre 2015 fortement marqué par une hausse des volumes

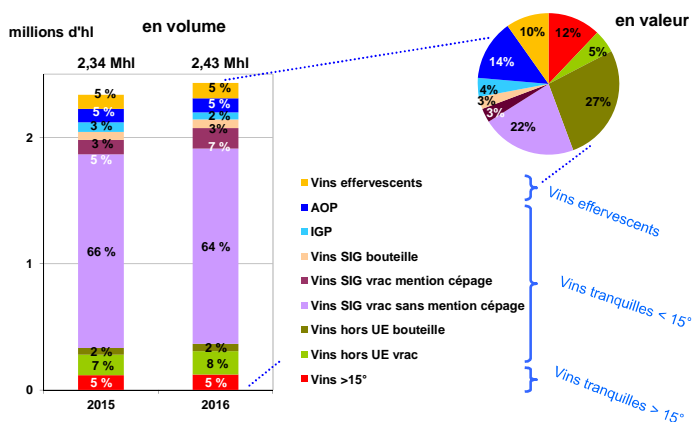
importés (+13 % vs la même période 2014). En valeur, les importations françaises affichent une progression encore plus marquée (+6 %).

Au final, pour les 4 premiers mois de la campagne 2016/2017, les importations affichent un niveau jamais égalé tant en volume avec 2,48 millions d'hectolitres, qu'en valeur avec 273 millions d'euros.

Les importations françaises par catégorie

Les importations françaises de vins sont avant tout constituées de vins en vrac. La France n'aura jamais eu autant recours aux importations de vins en vrac qu'au cours de la période allant d'août à novembre 2016. Ces dernières se rapprochent du seuil des 2 millions d'hectolitres. Le manque de disponibilité en vin d'entrée de gamme français est en partie à l'origine de ce phénomène. La France a, en effet, de plus en plus de difficultés à satisfaire la demande en vins SIG à la fois sur son propre marché mais aussi sur ses marchés d'exportations. La majeure partie de ces volumes importés correspond à des vins en vrac sans indication géographique (SIG) et sans mention de cépage. Ces derniers représentent 64 % des volumes et 22 % des valeurs importées par la France sur le cumul août-novembre 2016.

Les importations françaises de vins par catégorie 4 mois de campagne (cumul août à novembre)



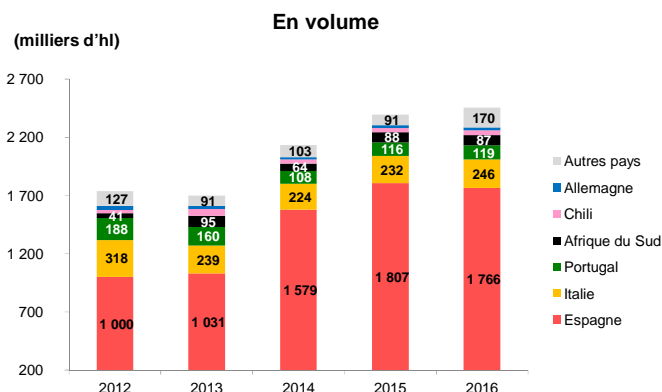
Source : Douanes françaises
Elaboration FranceAgriMer

Les importations françaises par provenance

En volume, la montée en puissance de l'Espagne constatée au cours des campagnes précédentes se confirme à nouveau sur août-novembre 2016. En effet, la part de marché de l'Espagne dans les importations françaises de vins est de 71 % contre 57 % en 2012.

L'origine Espagne domine surtout parmi les vins en vrac SIG sans mention de cépage (91 % de part de marché en volume).

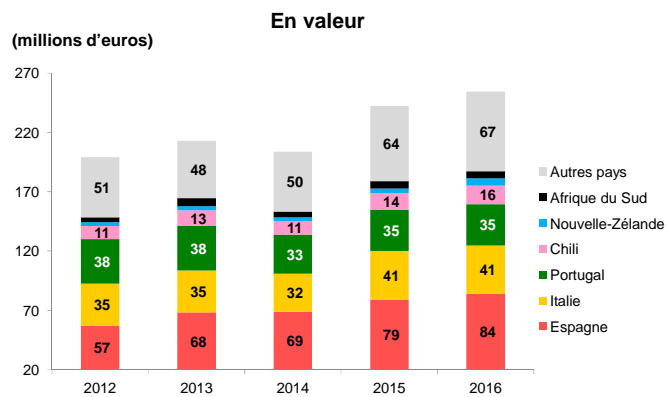
Les importations françaises de vins par provenance 4 mois de campagne (cumul août à novembre)



Source : Global Trade Atlas
Elaboration FranceAgriMer

Parmi les importations, en valeur, le poids de l'Espagne est plus modéré avec 31 % de part de marché en raison du segment importé (vins SIG en vrac à prix bas).

Les importations françaises de vins par provenance 4 mois de campagne (cumul août à novembre)



Source : Global Trade Atlas
Elaboration FranceAgriMer

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