

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



• Mai 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)	893 (-15 %)	203 (-43 %)	729 (-8 %)
Vins de France (SIG) de cépages	360 (-4 %)	59 (-57 %)	432 (+3 %)
Total IGP	3 747 (+13 %)	1 985 (-17 %)	1 679 (+7 %)
IGP de cépages	2 920 (+18 %)	1 186 (-14 %)	1 445 (+11 %)
AOC	↗	↘	↘

2015/16	Prix moyens depuis le début de la campagne*		
en €/hl	Rouges	Rosés	Blancs
Total Vins de France (SIG)	76,94 (+2 %)	78,10 (-3 %)	86,05 (-1 %)
Vins de France (SIG) de cépages	83,25 (+3 %)	82,96 (-1 %)	92,98 (-1 %)
Total IGP	90,63 (+4 %)	89,34 (-1 %)	105,77 (+3 %)
IGP de cépages	93,07 (+4 %)	88,80 (-2 %)	108,22 (+2 %)
AOC	↗	↗	↗

(*) Évolutions par rapport à 39 semaines de campagne 2014/15 pour les IGP et VSIG, 35 semaines pour les AOC.

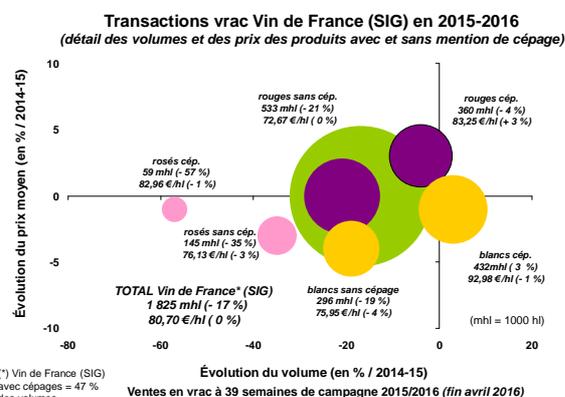
Marchés à la production

D'après les données des contrats d'achat à fin avril 2016, les transactions en vrac reculent par rapport à la campagne 2014-15 pour l'ensemble des couleurs en vins de France sans IG (-17 %). L'activité en IGP est porteuse pour les vins avec mention de cépage alors que les transactions pour les vins sans mention de cépage sont plus lentes. Toutes couleurs confondues, les volumes de ventes sont légèrement inférieurs à la campagne précédente en vins AOC 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 stables pour les vins de France sans IG. Les prix de ventes en vins rosés sont en baisse pour les vins de France sans IG et les IGP.

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 2014-2015. En cumul à fin avril, le total des échanges de Vins de France (SIG) s'élève à 1,8 million d'hectolitres, soit une baisse de 17% par rapport à 2014/2015. Cette baisse porte sur les trois couleurs.



53 % des ventes concernent des vins vendus sans mention de cépage ce qui représente 974 milliers d'hl (soit -23 % par rapport à la campagne précédente) répartis en 533 milliers d'hl de rouges (-21 %), 296 milliers d'hl de blancs (-19 %) et 145 milliers d'hl de rosés (-35 %).

Consommation

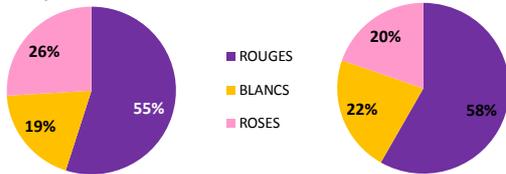
Ventes de vins tranquilles en grande distribution Début de campagne 2015/16 (du 17/08/2015 au 28/02/2016) – Source : IRI

Au terme des six premiers mois de la campagne 2015/16, les ventes de vins tranquilles en grande distribution affichent des pertes en volume (- 1,5 % par rapport à 2014/15 et - 1,1 % par rapport à la moyenne 2010/11-14/15) et une croissance en valeur (+ 1,4 % vs 2014/15 et + 8 % vs 2010/11-14/15).

Ventes de vins tranquilles en grande distribution Début de campagne 2015/16 (du 17/08/15 au 28/02/16)

Volume : 5,1 millions d'hl
- 1,5 % vs 2014/15
- 1,1 % vs moy. 2010/11-14/15

Valeur : 2,3 milliards d'€
+ 1,4 % vs 2014/15
+ 8 % vs moy. 2010/11-14/15



Rouges : 2,8 Mhl
- 2,4 % vs 2014/15
- 5,3 % vs moy. 2010/11-14/15

Rosés : 1,3 Mhl
- 0,5 % vs 2014/15
+ 6,7 % vs moy. 2010/11-14/15

Blancs : 1 Mhl
- 0,3 % vs 2014/15
+ 1,9 % vs moy. 2010/11-14/15

Rouges : 1,3 M€
+ 1,1 % vs 2014/15
+ 5,2 % vs moy. 2010/11-14/15

Rosés : 0,5 M€
+ 1,6 % vs 2014/15
+ 15,6 % vs moy. 2010/11-14/15

Blancs : 0,5 M€
+ 2 % vs 2014/15
+ 9,3 % vs moy. 2010/11-14/15

Mhl = millions d'hectolitres ME = milliards d'euros (Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Ces ventes représentent 5,1 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 2,3 milliards d'euros, et leur prix moyen augmente de 3 % vs 2014/15 et de 9,2 % par rapport à 2010/11-14/15 à 4,53 €/litre.

Si les trois couleurs se valorisent, par rapport à la dernière campagne et à la moyenne des cinq précédentes, elles enregistrent toutes, en revanche, des pertes en volume vs 2014/15, et, en rouge, un repli de 5,3 % par rapport à 2010/11-14/15.

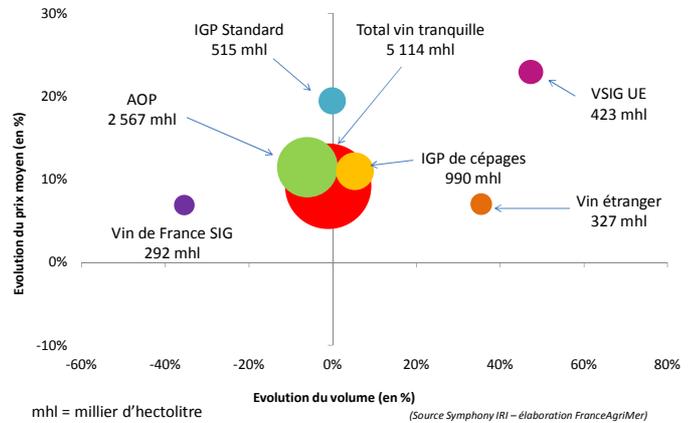
A ce stade de la campagne, les AOP affichent des pertes en volume de 1,6 % vs 2014/15 et de 6 % vs 2010/11-14/15, pénalisés par la plupart des régions viticoles.

En effet, les ventes des AOP de Bourgogne et du Beaujolais sont les seules à progresser en volume par rapport à 2014/15 (respectivement + 6,1 % et + 4,4 %), et celles des AOP Languedoc sont les seules à être en hausse (+ 2,5 %) par rapport à la moyenne 2010/11-14/15.

Les ventes d'IGP standard sont stables, et celles des vins sans IG toujours en retrait.

Les IGP de cépages, les vins SIG de l'UE et les vins étrangers sont, en revanche, plutôt bien orientés.

Évolution des ventes de vins tranquilles par catégorie Début de campagne 2015/16 (du 17/08/15 au 28/02/16) vs moyenne 2010/11-2014/15



Les ventes en bag in box (37 % de PDM volume et 22 % de PDM valeur) continuent à se développer, en volume (+ 2,2 % vs 2014/15 et + 16,5 % vs moyenne) comme en valeur (+ 4,2 % vs 2014/15 et + 26,8 % vs moyenne), au prix moyen de 2,68 €/litre.

Conditionnés en bag in box, les vins étrangers sont la catégorie dont les ventes progressent le plus en volume par rapport à la campagne précédente (+ 89 %) alors que dans le même temps, les IGP de cépages et les vins SIG (France + UE) affichent des pertes respectives de 3,6 % et de 3 % sur ce segment.

Les vins sous MDD (marques de distributeurs), qui pèsent pour 36 % en volume et pour 28 % en valeur dans les ventes de vins tranquilles en grande distribution, affichent pour leur part des pertes en volume de 4,3 % vs 2014/15 et de 4,8 % vs 2010/11-14/15 ; en valeur, ces vins sous MDD diminuent de 1,2 % par rapport à 2014/15 et progressent de 7,6 % par rapport aux cinq dernières campagnes.

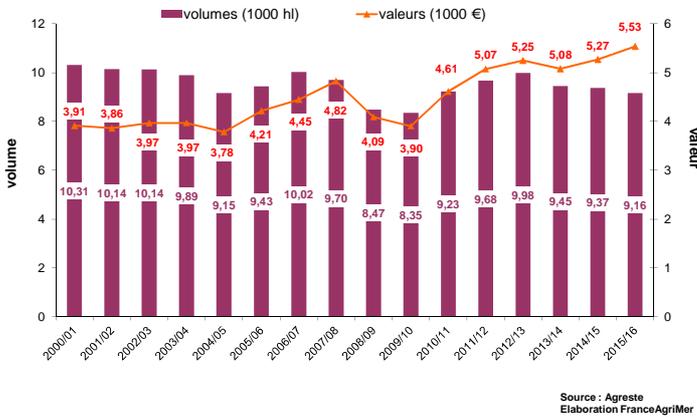
Commercialisés sous MDD, les vins de France SIG diminuent de 28 % en volume vs 2014/15, les IGP de cépages de 8,2 %, et les AOP de 1,7 %.

Sur ce segment, les ventes progressent en IGP standard (+ 1,3 % en volume vs 2014/15), en vins étrangers (+ 10,9 %) et surtout en VSIG UE (+ 29 %).

Commerce extérieur

Les exportations françaises de vins 8 mois de campagne 2015/2016

Les exportations françaises de vins 8 mois de campagne 2015/2016

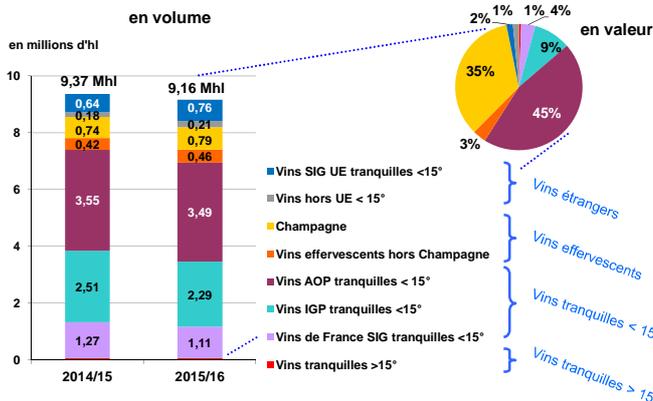


Par rapport aux 8 premiers mois de la campagne passée, les exportations françaises de vins reculent légèrement en volume à -2 %, mais progressent en valeur à +5 %. Les volumes exportés d'août 2015 à mars 2016 atteignent ainsi 9,16 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires record de 5,53 milliards d'euros.

Les exportations françaises par catégorie

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

Les exportations françaises de vins par catégorie 8 mois de campagne 2015/2016



En valeur, les 8 premiers mois de la campagne 2015/2016 ont été marqués par une hausse des exportations sur la plupart des catégories, à l'exception des vins IGP qui ont vu leur valeur légèrement diminuer (-2 %) et des Vins de France SIG (-4 %). La progression la plus notable a été observée pour les vins effervescents (+11 %). Les vins étrangers exportés ou réexportés

progressent aussi en valeur (+22 % pour les VSIG UE et +23 % pour les vins hors UE).

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

Effervescents

- Champagne, 9 % en volume, 35 % en valeur ;
- Autres effervescents, 5 % en volume, 3 % en valeur ;

Vins tranquilles < 15°

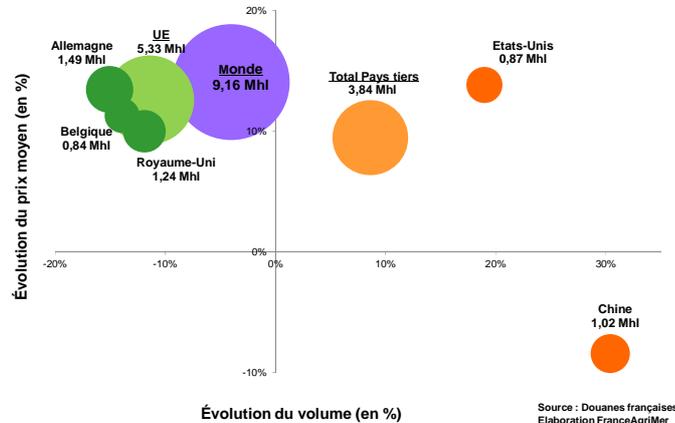
- AOP, 38 % en volume, 45 % en valeur ;
- IGP, 25 % en volume, 9 % en valeur ;
- Vins de France SIG, 12 % en volume, 4 % en valeur
- Vins SIG UE, 8 % en volume, 2 % en valeur
- Vins hors UE, 2 % en volume, 1 % en valeur

Les exportations françaises par destination

Pour les 8 premiers mois de la campagne 2015/2016, les exportations françaises de vins vers les pays de l'UE reculent en volumes rapport à la moyenne quinquennale. A l'inverse, elles sont en progression vers les pays tiers, et tout particulièrement vers la Chine. En terme de valorisation, le prix moyen des exportations a nettement augmenté au global (+14 % vs moyenne 5 ans). Parmi les principales destinations des exportations françaises, seule les exportations vers la Chine ont été moins valorisées.

Les exportations françaises de vins par destination

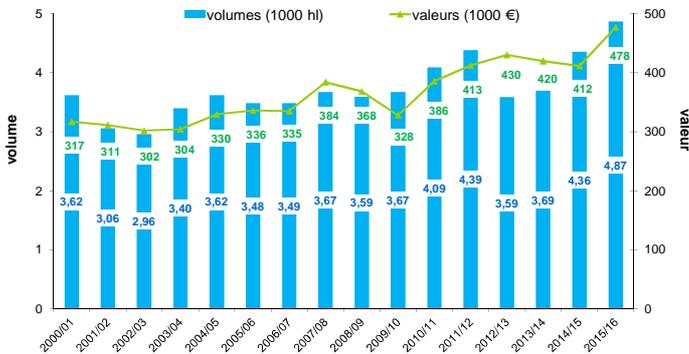
Comparaison 8 mois de campagne 2015/2016 vs moyenne 5 ans



Sur août-mars 2015/2016, l'Allemagne reste le premier marché en volume des vins français à l'export avec 16 % de part de marché. Néanmoins, comparées à la moyenne quinquennale, les exportations françaises vers cette destination sont inférieure à la fois en volume (-15 %) et en valeur (-4 %). Le Royaume-Uni n'apparaît plus comme le premier marché pour les vins français en valeur (15 % de part de marché). 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 891 millions d'euros d'exportations sur août-mars 2015/2016 (16 % de part de marché).

Les importations françaises de vins 8 mois de campagne 2015/2016

Les importations françaises de vins 8 mois de campagne 2015/2016



Source : Agreste
Elaboration FranceAgriMer

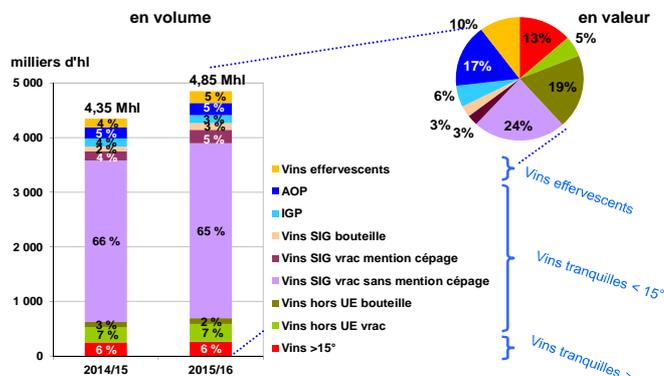
Les volumes de vins importés par la France ont progressé sur la période allant d'août 2015 à mars 2016 (+12 % vs la même période de la campagne précédente), cela fait suite à une campagne 2014/2015 déjà marquée par une forte hausse des volumes importés (+18 %). Au cours des 8 premiers mois 2015/2016, elles atteignent 4,87 millions d'hectolitres, leur plus haut niveau historique.

En valeur, les importations françaises, qui atteignent 478 millions d'euros, affichent une progression encore plus soutenue (+16 %).

Les importations françaises par catégorie

Les importations françaises de vins sont avant tout constituées de vins en vrac. La majeure partie de ces volumes correspond à des vins en vrac sans indication géographique (SIG) et sans mention de cépage. Ces derniers représentent 66 % des volumes et 24 % des valeurs importées par la France sur août-mars 2015/2016.

Les importations françaises de vins par catégorie 8 mois de campagne 2015/2016



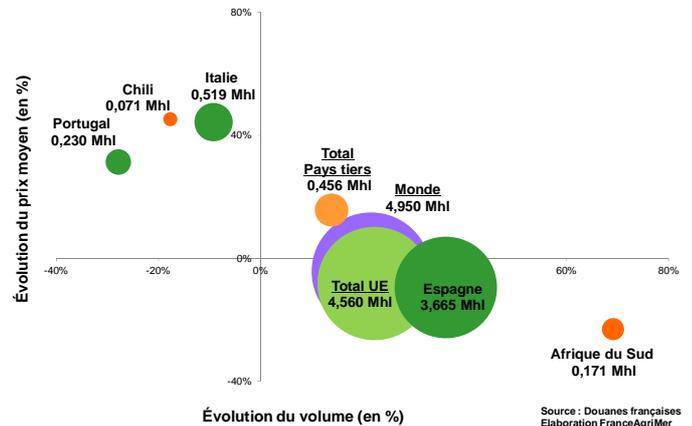
Source : Douanes françaises
Elaboration FranceAgriMer

Loin derrière, la 2^{ème} catégorie de vins importés sont les vins en vrac hors UE avec une part de marché de 7 % volume et 5 % en valeur. Les vins hors UE importés en bouteille sont bien valorisés, puisqu'ils représentent 19 % des valeurs pour seulement 2 % des volumes. C'est aussi le cas des vins AOP importés par la France (6 % des volumes pour 17 % des valeurs).

Les importations françaises par provenance

En volume, l'évolution des parts de marché des principaux pays fournisseurs du marché français sur 8 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-mars 2015/2016 est de 74 % contre 66 % pour la moyenne 5 ans. L'origine Espagne domine surtout parmi les vins SIG en vrac sans mention de cépage. En valeur, avec 32 % de part de marché, le poids de l'Espagne est bien plus modéré en raison du segment importé (vins SIG en vrac à prix bas).

Les importations françaises de vins par provenance Comparaison 8 mois de campagne 2015/2016 vs moyenne 5 ans



Source : Douanes françaises
Elaboration FranceAgriMer

Si l'on compare à la moyenne quinquennale, les importations totales de vins progressent en valeur mais à un prix moyen globalement en légère baisse (-4 %).

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