

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



Avril 2013

Marchés à la production vrac

2012/13	Volumés cumulés depuis le début de la campagne*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG) total	⬇️(-8%)	⬆️(+18%)	⬆️(+10%)
Vins de France (SIG) cépage	⬇️(-19%)	⬇️(-10%)	⬆️(+14%)
Vins de France IGP total	⬇️(-2%)	⬆️(+6%)	⬆️(+25%)
Vins de France IGP cépages	⬆️(+2%)	⬆️(+6%)	⬆️(+25%)
Vins de France AOC	⬇️	⬆️	⬇️

2012/13	Prix moyens depuis le début de la campagne*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG) total	⬆️(+9%)	⬆️(+18%)	⬆️(+30%)
Vins de France (SIG) cépage	⬆️(+14%)	⬆️(+9%)	⬆️(+19%)
Vins de France IGP total	⬆️(+7%)	⬆️(+9%)	⬆️(+6%)
Vins de France IGP cépages	⬆️(+6%)	⬆️(+7%)	⬆️(+4%)
Vins de France AOC	⬆️	⬆️	⬆️

(*) Évolutions par rapport à 8 mois de campagne 2011/12 pour les VDF(SIG), les IGP. 7 mois pour les AOC/AOP.
Source : contrats d'achat FranceAgriMer/Anivin/InterOc/IVSO et organisations interprofessionnelles AOC/AOP.

A 35 semaines de campagne 2012-2013, les informations de transactions dont nous pouvons disposer continuent de faire apparaître un certain ralentissement de l'activité en relation avec la faiblesse des disponibilités globales de la campagne.

Cette situation d'ensemble reste cependant différenciée selon les catégories de vins et les couleurs avec des ventes AOC/AOP qui restent globalement inférieures à 2011-2012, des transactions de vins IGP en légère progression par rapport à celles de la campagne précédente et des volumes comparables à ceux de l'année dernière sur les Vins de France (SIG).

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

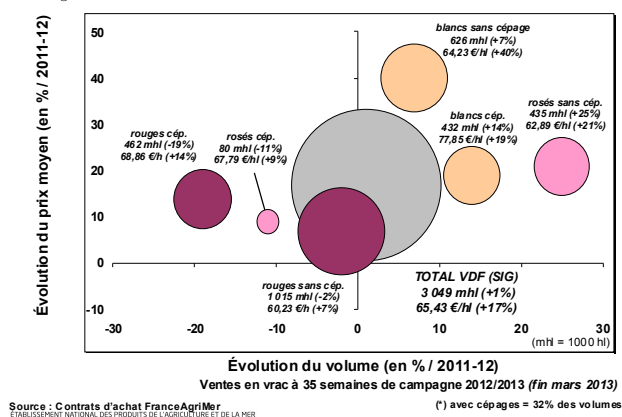
Marché à la production Vin de France (SIG)

Le rythme des transactions est désormais beaucoup plus ralenti sur le marché Vin de France (SIG). Sur sa lancée du début de campagne, le cumul des ventes 2012-2013 reste encore très légèrement supérieur à celui de l'année dernière grâce à une bonne demande en rosé et en blanc alimentée pour partie par un regain de volumes en Languedoc-Roussillon. Les transactions en rouge ont été plus réduites suite aux moindres volumes commercialisés en Aquitaine et en Midi-Pyrénées. Fin mars 2013, les volumes commercialisés en vrac depuis le mois d'août dernier s'élèvent de fait à 3,049 millions d'hl, soit une hausse de 1% par rapport 2011-2012.

La plus grande partie (68%) des échanges sur la campagne concerne toujours largement des vins ne mentionnant pas de cépage (2,076 millions d'hl) dont les volumes ont progressé par rapport à la campagne 2011-2012, soit : +5% en rouge/rosé à 1,449 million d'hl) et +7% en blanc à 626 000 hl.

Malgré une augmentation des échanges en blanc (431 000 hl ; +14%) consécutive à un retour de volumes en Languedoc-Roussillon, le cumul des ventes des vins mentionnant un cépage (973 000 hl ; -6% / à 2011-2012) appa-

Transactions vrac Vin de France (SIG)* en 2012-2013
(détail des volumes et des prix des produits avec et sans mention de cépage)



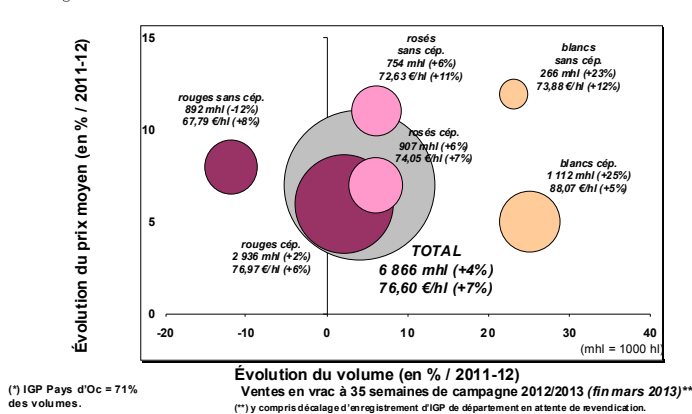
paraît en baisse par rapport à l'année dernière en raison des moindres transactions de vins rouges/rosés (542 000 hl ; -18%), notamment au départ de l'Aquitaine.

Compte tenu des besoins qui ont pu s'exprimer sur cette catégorie de vin, les cours moyens pondérés à 35 semaines 2012-2013 affichent toujours des augmentations plus ou moins marquées par rapport à 2011-2012. Tous segments confondus, ils s'établissent ainsi à 63,11 €/hl en rouge/rosé (+11% / à fin mars 2012) et à 69,79 €/hl en blanc (+30%). On observe la même tendance sur les cours des vins mentionnant un cépage (68,70 €/hl en rouge/rosé (+13%) ; 77,85 €/hl en blanc (+19%)) comme pour ceux des vins qui n'en mentionnent pas : 61,03 €/hl en rouge/rosé (+11%) ; 64,23 €/hl en blanc (+40%). Au fil des semaines les cours enregistrés sur le mois de mars semblent confirmer une stabilisation des prix en rouge/rosé et une inflexion en blanc, à des niveaux toutefois toujours élevés.

Marché Vins de France à Indication Géographique Protégée (IGP)

Avec la fin du cœur de campagne de commercialisation vrac (décembre-mars), le rythme des transactions du marché des vins de France à Indication Géographique Protégée (IGP) tend aussi à se ralentir.

Transactions vrac vins de France IGP* en 2012-2013
(détail des volumes et des prix des produits avec et sans mention de cépage)



Compte tenu de l'activité soutenue de la première partie de campagne, les échanges cumulés de ces vins à 35 semaines de campagne 2012-2013 (6,866 millions d'hl ; +4% / à fin mars 2012) sont toujours légèrement supérieurs à leur niveau de la campagne précédente en raison d'un fort re-

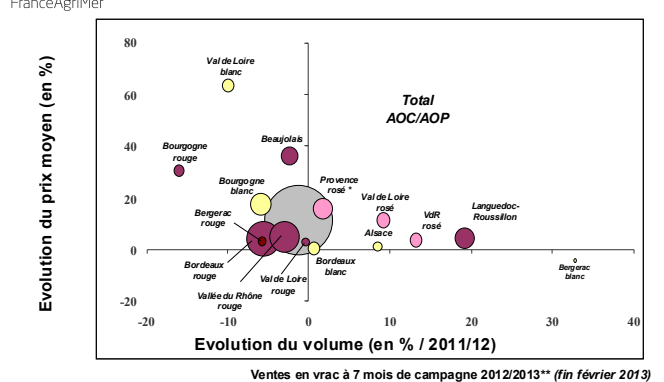
dressement des ventes en blanc (1,379 million d'hl ; +25%) et une bonne demande sur les rosés (1,660 million d'hl ; +6%). Les transactions enregistrées en rouge (3,827 millions d'hl ; -2%) sont encore en léger retrait par rapport à 2011-2012. Elles enregistrent toutefois une bonne amélioration grâce à la régularisation de contrats portant sur certaines IGP qui n'avaient pas encore pu être pris en compte.

Compte tenu de la structure de ce marché, cette évolution favorable des ventes résulte pour une grande part de la bonne tenue des transactions d'IGP mentionnant un cépage (essentiellement issues de l'IGP Pays d'Oc) qui s'élèvent depuis août dernier à 3,843 millions d'hl en rouge/rosé (+3% / à fin mars 2012) et à 1,112 million d'hl en blanc (+28%). Les échanges cumulés des IGP ne mentionnant pas de cépage sont encore légèrement inférieurs à ceux de la fin mars 2012 en rouge/rosé (1,645 million d'hl ; -5%), mais progressent en blanc (0,266 million d'hl ; +23%).

En raison de l'avancement de la campagne et de la demande qui s'exprime désormais, la progression des cours s'est quelque peu amortie à des niveaux qui restent cependant élevés. Fin mars 2013, le cours moyen pondéré des vins rouges/rosés s'élève ainsi à 74,40 €/hl, en progression de 7% par rapport à 2011/12. Le prix moyen des vins IGP blancs fait aussi apparaître une hausse de 6% par rapport à 2011/12, s'établissant à 85,32 €/hl depuis le début de la campagne. Cette évolution positive est similaire pour les vins mentionnant un cépage dont les prix moyens s'élèvent à 76,28 €/hl en rouge/rosé (+6% / à fin mars 2012) et à 88,07 €/hl en blanc (+4%). Il en est de même pour les vins ne mentionnant pas de cépage avec une moyenne de 70,01 €/hl (+9% / à mars 2012) en rouge/rosé et de 73,88 €/hl (+12%) en blanc.

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

AOC rouges/rosés/blancs en 2012-2013
Transactions vrac à la production



* Variations en vol. non significatives. ** Campagne 1^{re} août 2012 - 31 juillet 2013.
Source : Organisation Interprofessionnelle, Elaboration : FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Les données des transactions vrac de vins de France AOC/AOP communiquées par les organisations interprofessionnelles à fin février 2013 conduisent toujours à observer un léger retrait des échanges cumulés par rapport à la campagne précédente et une progression des prix moyens de campagne des différents groupes d'appellations cohérente avec une certaine faiblesse des disponibilités à la vente face à une demande présente. Cette situation d'ensemble reste plus ou moins variable selon les groupes d'appellations et les couleurs.

Dans le détail des chiffres, on constate ainsi qu'en raison d'un disponible à la vente en vrac vraisemblablement moins important que l'année dernière, les transactions cumulées en rouge sont inférieures à celles de la campagne précédente dans la plupart des régions (Bordeaux, Vallée du Rhône, Bourgogne, Val de Loire, Beaujolais, ...) à l'exception du Languedoc-Roussillon et à des prix moyens généralement supérieurs à ceux de 2011-2012.

En rosé, les volumes sont par contre en augmentation par rapport à l'année dernière grâce aux AOP de la vallée de la Loire et de la vallée du Rhône. De manière générale ici aussi, le niveau des disponibilités (en particulier en Provence) et l'importance de la demande sur cette couleur se traduisent par une évolution positive des cours moyens de campagne.

Sur les blancs enfin, on constate que les ventes ne progresseraient qu'en l'Alsace. Elles sont par contre en baisse sur la Bourgogne et le Val de Loire (Muscadet) en raison de la faiblesse de la récolte qui se traduit par une très forte élévation des cours de cette appellation par rapport à 2011-2012.

Consommation

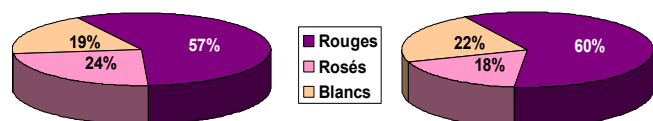
Ventes de vins tranquilles en grande distribution - Début de campagne 2012/2013 (du 20/08/2012 au 03/03/2013)

A plus de six mois de campagne 2012/2013, soit entre le 20 août 2012 et le 3 mars 2013, le marché des vins tranquilles en grande distribution (hors HD) représente 5,14 millions d'hectolitres pour une valeur de 2,12 milliards d'euros, soit une croissance de 0,5 % en volume et de 4,7 % en valeur par rapport à la moyenne des deux campagnes précédentes.

Le prix moyen de vente de ces vins est de 4,13 €/litre (soit + 4,2 % par rapport à la moyenne 2010/11-2011/12).

Le marché des vins tranquilles en grande distribution Début de campagne 2012/2013 (du 20/08/12 au 03/03/13) vs moyenne 2010/11-2011/12

Volume : 5,14 millions d'hl (+ 0,5 % vs moy. 2010/11-2011/12)
Valeur : 2,12 milliards d'€ (+ 4,7 % vs moy. 2010/11-2011/12)



Rouges : 2,95 Mhl (-2,9 % vs moy. 10/11-11/12)
Rouges : 1,27 M€ (+2,1 % vs moy. 10/11-11/12)

Rosés : 1,23 Mhl (+8,2 % vs moy. 201/2011)
Rosés : 0,38 M€ (+13,4 % vs moy. 10/11-11/12)

Blancs : 0,96 Mhl (+2,1 % vs moy. 10/11-11/12)
Blancs : 0,47 M€ (+5,2 % vs moy. 10/11-11/12)

Mhl = millions d'hectolitres M€ = milliards d'euros

(Source Symphony IRI - élaboration FranceAgriMer)

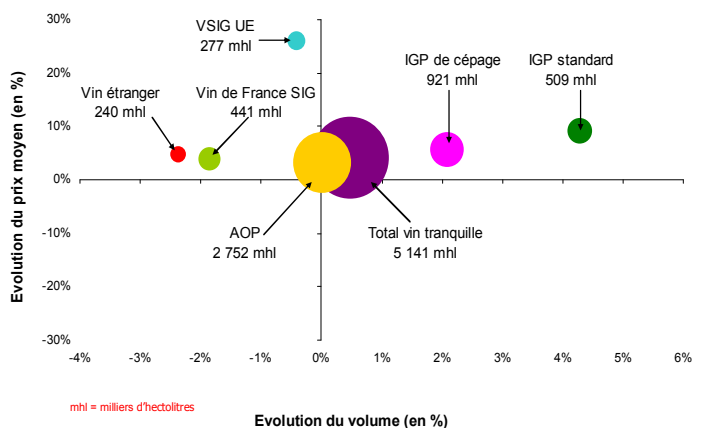
Malgré un repli des ventes en volume des vins étrangers blancs (- 17 %) d'une part, et des vins sans IG de l'UE rosés (- 7 %) d'autre part, ces deux couleurs de vins tranquilles affichent des croissances respectives de 2,1 % et de 8,2 % vs 2010/11-2011/12, permettant de compenser les pertes des vins rouges (- 2,9 %) qui touchent l'ensemble des catégories à l'exception des IGP de cépages (+ 0,6 % en volume et + 6,2 % en valeur).

En ce début de campagne 2012/2013, et comparativement à la moyenne des deux dernières campagnes, ce sont les IGP qui tirent le marché des vins tranquilles à la hausse, avec des ventes en augmentation de 2,1 % en volume et de 7,9 % en valeur pour les IGP de cépage, et de 4,3 % en volume et de 14 % en valeur pour les IGP standard.

Les vins de France (sans IG) et les VSIG UE enregistrent pour leur part des pertes respectives de 1,8 % et de 0,4 % en volume, et des hausses en valeur de 10,3 % et de 1,1 %.

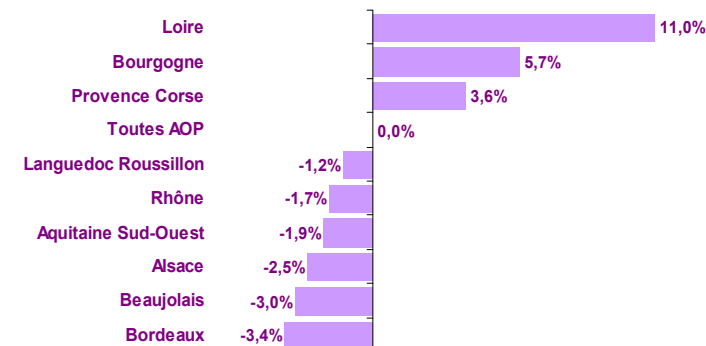
Les ventes de vins étrangers reculent quant à elles de 2,4 % en volume et progressent de 2,5 % en valeur.

Évolution des ventes de vins tranquilles par catégorie Début de campagne 2012/2013 (du 20/08/12 au 03/03/13) vs moyenne 2010/11-2011/12



Le marché des AOP reste stable par rapport aux deux campagnes précédentes, et doit son équilibre aux bonnes performances en volume des vignobles de la Loire (+ 11 %), de la Bourgogne (+ 5,7 %) et de la Provence Corse (+ 3,6 %) qui compensent les pertes des autres régions.

Évolution des ventes d'AOP en volume par région Début de campagne 2012/2013 (du 20/08/12 au 03/03/13) vs moyenne 2010/11-2011/12



(Source Symphony IRI - élaboration FranceAgriMer)

A ce stade de la campagne 2012/2013, le bag in box pèse pour 30,8 % en volume dans les ventes de vins tranquilles en grande distribution. Le format 5 litres représente 62 % des ventes en volume de vin en bag in box. 40 % des ventes de bag in box en volume sont des IGP de cépage.

Les marques de distributeurs (MDD) ont une part de marché de 38 % dans les ventes de vins tranquilles en grande distribution. 53 % des vins sous MDD sont rouges, 28 % rosés et 19 % blancs.

Les AOP pèsent pour 46 % en volume dans les ventes de vins tranquilles sous MDD, suivis des IGP de cépage (29 %).

Enfin, 48 % des vins sous MDD sont conditionnés en bag in box, dont 64 % en format 5 litres.

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