

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



octobre 2013

Marchés à la production vrac 2012-13

2012/13	Volumés cumulés depuis le début de la campagne*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG) total	↘(-10%)	↗(+2%)	↘(-2%)
Vins de France (SIG) cépage	↘(-19%)	↘(-11%)	↗(+12%)
Vins de France IGP total	↘(-4%)	↘(-3%)	↗(+16%)
Vins de France IGP cépages	↘(-2%)	↗(+1%)	↗(+17%)
Vins de France AOC	↘	↘	↘

2012/13	Prix moyens depuis le début de la campagne*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG) total	↗(+9%)	↗(+19%)	↗(+32%)
Vins de France (SIG) cépage	↗(+14%)	↗(+10%)	↗(+20%)
Vins de France IGP total	↗(+6%)	↗(+9%)	↗(+6%)
Vins de France IGP cépages	↗(+6%)	↗(+7%)	↗(+5%)
Vins de France AOC	↗	↗	↗

(* Évolutions par rapport à 12 mois de campagne 2011/12 pour les VDF(SIG), les IGP et les AOC/AOP.

Source : contrats d'achat FranceAgriMer/Anivin/InterOc/IVSO et organisations interprofessionnelles AOC/AOP.

Conformément à l'approche de la fin de la campagne, l'activité du mois de juillet 2013 a été relativement réduite sur les marchés vrac. Au terme de la campagne 2012-2013 et malgré le déstockage de millésimes plus anciens, on observe que les volumes de transactions cumulés sur les différentes catégories réglementaires de vin sont léger recul par rapport à ceux de la campagne 2011-2012.

Malgré les fléchissements et la volatilité observés depuis quelques semaines, les cours moyens pondérés affichent des progressions plus ou moins importantes par rapport à 2011-2012 en liaison avec la faiblesse de la récolte 2012 et la demande qui a pu s'exprimer sur ces marchés.

Marché à la production Vin de France (SIG)

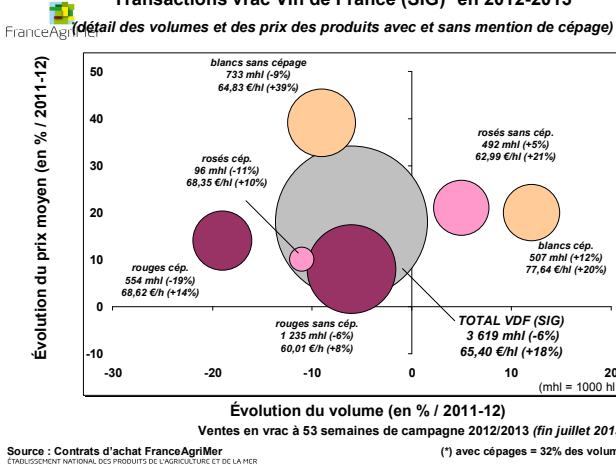
Concernant le marché Vin de France (SIG) on observe ainsi qu'en dépit du déstockage de début de campagne et d'une bonne demande en rosé et en blanc alimentée pour partie par un regain de volumes en Languedoc-Roussillon, le cumul des ventes de la campagne 2012-2013 confirme une baisse des transactions par rapport à la dernière campagne. Fin juillet 2013, les volumes vendus en vrac depuis le mois d'août 2012 s'élèvent de fait à 3,619 millions d'hl, soit un recul de 6% par rapport 2011-2012 sur cette même période.

La plus grande partie (68%) des échanges sur la campagne concerne toujours des vins ne mentionnant pas de cépage (2,460 millions d'hl ; -5% / 2011-2012) dont les volumes vendus sont en baisse par rapport à ceux de la campagne précédente, soit désormais : -3% en rouge/rosé, à 1,727 million d'hl et -9% en blanc, à 733 000 hl.

La diminution du cumul des ventes est aussi importante pour les vins mentionnant un cépage (1,158 million d'hl ; -7% / à 2011-2012) du fait des moindres transactions de vins rouges/rosés (651 000 hl ; -18%) qui ont pu être mises sur le marché au départ des bassins Aquitaine, Sud-Ouest et Vallée du Rhône-Provence.

Compte tenu de la demande qui s'est exprimée en début de campagne et malgré l'orientation baissière de la fin 2012-2013 consécutive à la réduction de l'activité, les prix moyens pondérés de ces vins affichent des augmentations

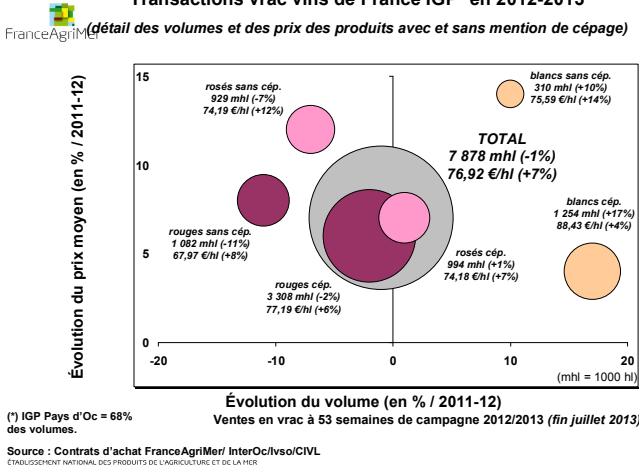
Transactions vrac Vin de France (SIG)* en 2012-2013



relativement marquées par rapport à 2011-2012 à 62,97 €/hl en rouge/rosé (+11% / 2011-2012) et 70,07 €/hl en blanc (+32%). On observe les mêmes tendances positives sur les cours des vins mentionnant un cépage (68,58 €/hl de moyenne en rouge/rosé (+13%) ; 77,64 €/hl en blanc (+20%)) comme pour ceux des vins qui n'en mentionnent pas : 60,86 €/hl en rouge/rosé (+11%) ; 64,83 €/hl en blanc (+39%).

Marché Vins de France à Indication Géographique Protégée (IGP)

Transactions vrac vins de France IGP* en 2012-2013



Malgré le déstockage et l'activité soutenue de la première partie de campagne, les échanges cumulés des vins de France IGP de la campagne (7,878 millions d'hl ; -1% / 2011-2012) sont légèrement inférieurs à ceux de la campagne précédente en raison du recul des ventes de vins rouges (4,391 millions d'hl ; -4%) et du ralentissement printanier des transactions de rosés (1,923 million d'hl ; -3%). Le redressement par rapport à l'année dernière est par contre important sur les blancs avec des ventes cumulées qui atteignent 1,564 million d'hl (+16% / 2011-2012), en rattrapage de la baisse observée sur la campagne précédente.

Conformément à l'importance du segment des vins de cépages sur ce marché (71% des volumes), cette situation d'ensemble résulte d'une évolution globalement positive des ventes cumulées des IGP mentionnant un cépage (pour l'essentiel issues de l'IGP Pays d'Oc) qui progressent de 3% par rapport à 2011-2012 à 5,557 millions d'hl, soit 4,302 millions d'hl en rouge/rosé (-1%) et 1,255 million d'hl en blanc (+17%). Avec 2,321 millions d'hl (-7% par rapport à 2011-2012), le

cumul des échanges d'IGP sans mention de cépage est pour sa part en retrait par rapport à celui de la campagne précédente en rouge/rosé (2,012 millions d'hl ; -9%), mais il progresse en blanc (0,310 million d'hl ; +10%).

En liaison avec la demande qui a pu s'exprimer sur ce marché et les disponibilités globales réduites, les cours moyens de ces vins sont pour leur part restés relativement fermes, à des niveaux élevés sur la majeure partie de la campagne.

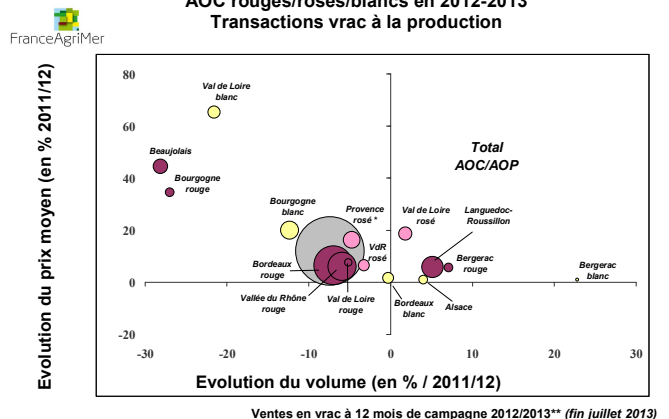
Avec des cours rouges/rosés qui s'établissent en moyenne à 74,69 €/hl, soit une hausse de 7% par rapport à 2011-2012, l'augmentation des prix apparaît par contre un peu plus modérée que celle des vins sans IG. Le prix moyen des vins IGP blancs fait apparaître une augmentation de 6%, s'établissant à 85,89 €/hl. Cette évolution favorable est assez similaire pour les vins mentionnant un cépage dont les prix moyens de campagne s'élèvent à 76,49 €/hl en rouge/rosé (+6% / 2011-2012) et à 88,43 €/hl en blanc (+5%). La hausse est un peu plus marquée pour les vins ne mentionnant pas de cépage avec une moyenne de 70,85 €/hl (+10% / 2011-2012) en rouge/rosé et de 75,59 €/hl (+14%) en blanc.

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

Les données des transactions vrac de vins de France AOC/AOP communiquées par les organisations interprofessionnelles à fin juillet 2013 confirment un retrait global des échanges cumulés par rapport à la campagne précédente et une progression des prix moyens de campagne de différents groupes d'appellations, cohérente avec une certaine faiblesse des disponibilités à la vente. Cette situation d'ensemble est peu différenciée selon les groupes et les couleurs.

Dans les détails des données, on observe que cette évolution d'ensemble résulte principalement d'une baisse des transactions en rouge sur les appellations girondines, de la Vallée du Rhône, de Bourgogne, de la Vallée de la Loire et du Beaujolais. Concernant les blancs, on constate que les ventes de la campagne ne progresseraient qu'en Alsace (où le vrac ne représente toutefois qu'une faible part du marché total de l'appellation) et seraient stables sur les appellations bordelaises. Les échanges apparaissent par contre en net recul sur la Bourgogne et le Val de Loire en

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



* Variations en vol. non significatives ; ** Campagne 1^{er} août 2012 - 31 juillet 2013 ; Source : Organisations interprofessionnelles, Elaboration : FranceAgriMer

raison de la faiblesse de la récolte. La situation commerciale est un peu plus hétérogène en rosé avec un rattrapage des transactions de la Vallée de la Loire par rapport à la campagne 2011-2012, mais un recul des échanges sur la Vallée du Rhône et la Provence (évolutions inter-campagne pas forcément significatives).

De façon générale, la variation des prix moyens de campagne des principaux groupes d'appellations par rapport à 2011-2012 affiche de fait une progression plus ou moins importante. La hausse est toutefois plus marquée sur les appellations du Val de Loire en blanc ou de Bourgogne et du Beaujolais en rouge pour lesquels les volumes disponibles à la vente en vrac ont fait défaut. Elle est en revanche plus modérée sur les appellations girondines, de la Vallée du Rhône ou du Languedoc-Roussillon.

Marchés à la production vrac 2013-14

D'après les données de transactions vrac disponibles à septembre 2013, on constate que l'activité du début de la campagne 2013-2014 est pour l'instant réduite dans un contexte de disponibilités relativement faibles du fait de la raréfaction des stocks d'anciens millésimes (notamment en rosé et en blanc) et du caractère tardif de la vendange 2013. En conséquence, les transactions en volume des marchés Vin de France (SIG) et vins de France IGP affichent pour l'instant des retards marqués par rapport à un début de campagne 2012-2013 qui avait donné lieu à un important mouvement de déstockage.

De façon générale, les cours des vins IGP et VSIG restent par contre assez stables à leur niveau de juin/juillet dernier.

Marché à la production Vin de France (SIG)

A 9 semaines de campagne 2013-2014, le total des échanges de Vin de France (SIG) s'élève ainsi à 182 000 hl (129 000 hl en rouge/rosé ; 53 000 hl en blanc), soit 55% de moins que ce qui avait été commercialisé l'année dernière à cette même date.

Bien qu'en forte progression par rapport au début de la campagne précédente qui avait conduit à une correction liée au déstockage de vieux millésimes, les prix moyens de ce début de campagne des vins rouges/rosés (61,32 €/hl ; +18% / fin septembre 2012) et blancs (70,55 €/hl ; +37%) restent par contre comparables à ceux de la fin de la campagne 2012-2013.

Marché à la production Vins de France IGP

Après deux mois de campagne, les transactions cumulées de vins de France IGP atteignent 255 000 hl (201 000 hl en rouge/rosé ; 54 000 hl en blanc), soit 38% de moins que lors de cette même période de 2012-2013.

Compte tenu du déstockage qui avait aussi été observé sur le début de la campagne passée, les cours moyen pondérés des 9 premières semaines 2013-2014 de ces vins en rouge/rosé (61,32 €/hl ; +18% / fin septembre 2012) et blanc (70,55 €/hl ; +37%) s'établissent en hausse par rapport à 2012-2013. Ils restent aussi comparables à ceux de juin/juillet derniers.

Consommation

Ventes de vins tranquilles en grande distribution - campagne 2012/2013

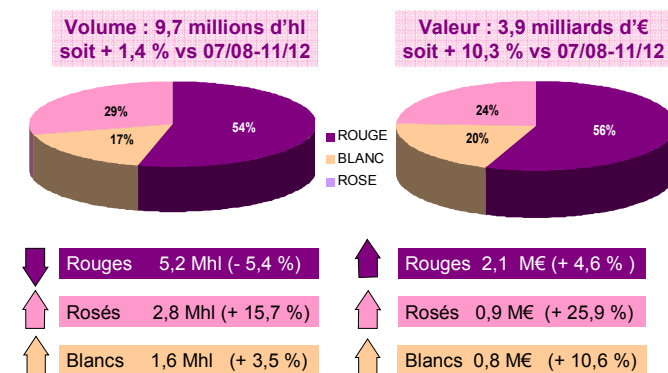
Les chiffres présentés ci-dessous sont une estimation des ventes de vins tranquilles en grande distribution au cours de la campagne 2012/2013. Les résultats sont issus du panel INFOSCAN réalisé par la société IRI, à partir de l'enregistrement des sorties de caisses.

La campagne 2012/2013 correspond aux 52 semaines comprises entre le 13/08/2012 et le 18/08/2013.

Hors hard discount, les vins tranquilles commercialisés en grande distribution au cours de la campagne 2012/2013 représentent 9,7 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 3,9 milliards d'euros, soit une croissance de 1,4 % en volume et de 10,3 % en valeur par rapport à la moyenne des cinq campagnes précédentes.

Le prix moyen de vente de ces vins est de 3,99 €/litre (soit + 8,7 % vs moyenne 2007/08-2011/12).

Le marché des vins tranquilles en GD par couleur Campagne 2012/13 vs moyenne 2007/08-2011/12



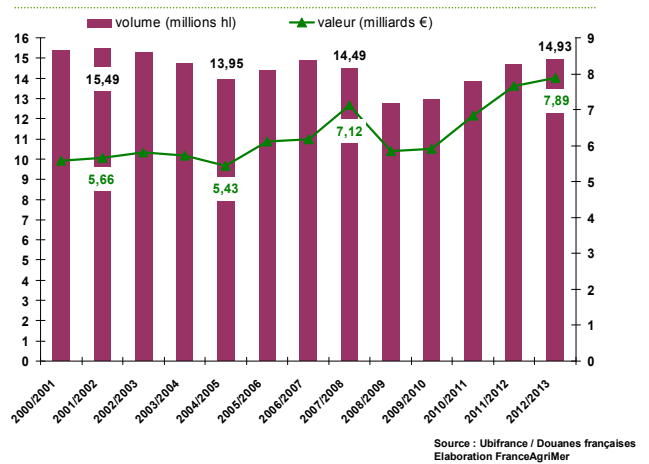
(Source Symphony IRI - élaboration FranceAgriMer)

Si les vins rouges prédominent dans le marché des vins tranquilles, avec 54 % de PDM volume et 56 % de PDM valeur, leurs ventes reculent en revanche de 5,4 % en volume par rapport aux cinq dernières campagnes, tout en progressant de 4,6 % en valeur.

Les ventes de vins rosés (29 % de PDM volume et 24 % de PDM valeur) et de vins blancs (17 % de PDM volume et 20 % de PDM valeur) progressent pour leur part, à la fois en volume (respectivement + 15,7 % et + 3,5 %) et en valeur (+ 25,9 % et + 10,6 %) vs 2007/08-2011/12.

En termes de catégories, et toujours en comparaison avec les cinq campagnes précédentes, ce sont les vins IGP qui tirent leur épingle du jeu, avec des ventes volume en hausse de 12,5 % pour les IGP de cépage et de 1,9 % pour les IGP standard, tandis que les autres catégories affichent des baisses en volume, soit - 0,4 % pour les AOP, - 5,9 % pour les vins de France sans IG et - 0,3 % pour les vins sans IG de l'union européenne et les vins étrangers.

Les exportations françaises de vins Bilan de campagne 2012/2013



Les exportations françaises par catégorie

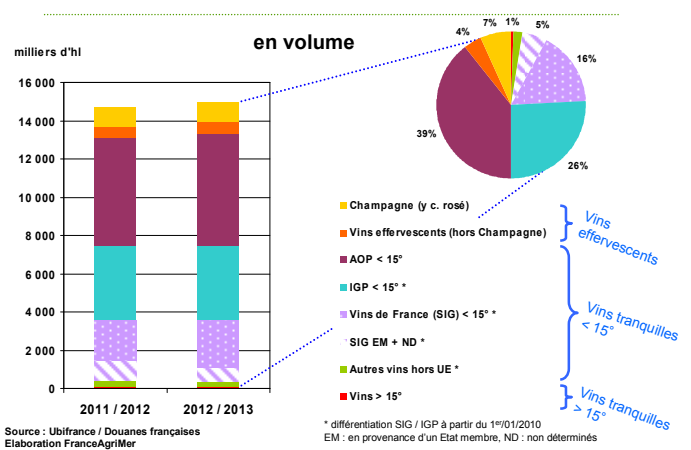
Les exportations françaises relatives à la campagne 2012/2013 se répartissent comme suit :

- Champagne, 7% en volume, 29% en valeur ;
- Effervescents, 4% en volume, 4% en valeur ;

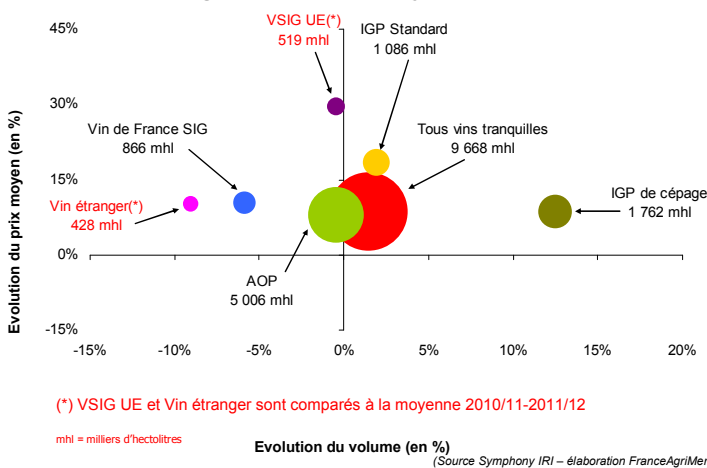
Vins tranquilles < 15°

- AOP, 39% en volume, 51% en valeur ;
- IGP, 26% en volume, 10% en valeur ;
- Vins de France (SIG), 16% en volume, 4% en valeur

Les exportations françaises de vins par catégorie Bilan de campagne 2012/2013

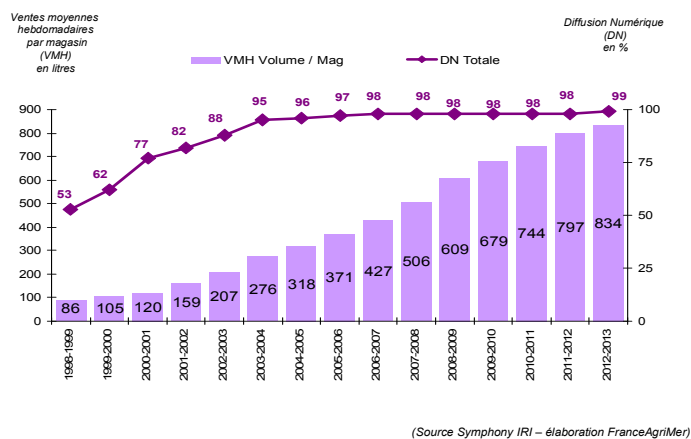


Évolution des ventes de vins tranquilles par catégorie Campagne 2011/12 vs moyenne 2007/08-2011/12



Par ailleurs, la croissance des vins en bag in box se poursuit. En effet, avec une PDM volume de 33 % en 2012/13, les vins ainsi conditionnés enregistrent une hausse de 29,6 % en volume par rapport à la moyenne des cinq campagnes précédentes.

Evolution des ventes de vins en bag in box



Commerce extérieur

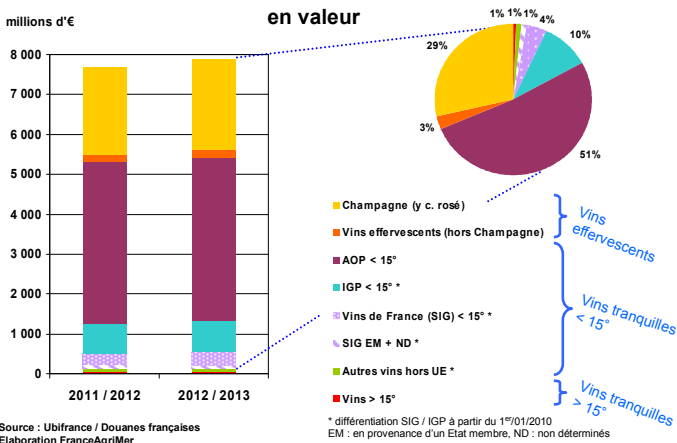
Rappel : l'évolution de la nomenclature pour le commerce extérieur permet de distinguer les vins IGP et les vins sans IG à partir du 1^{er} janvier 2010 seulement.

Les exportations françaises de vins

Campagne 2012/2013

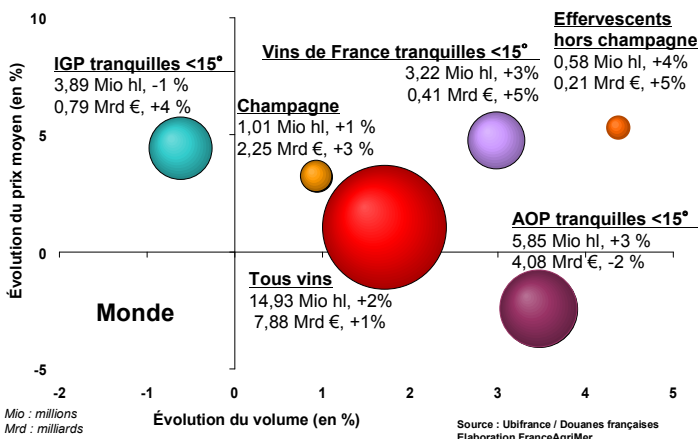
Les exportations françaises relatives à la campagne 2012/2013 sont en légère hausse par rapport à la campagne précédente (+ 3% en valeur et + 2% en volume). Elles atteignent près de 15 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 7,9 milliards d'euros. Les exportations croissent en volume et en valeur, mais le rythme de croissance entre campagnes est, en 2012/2013, le plus faible observé depuis 2008/2009 (période de crise économique).

Les exportations françaises de vins par catégorie Bilan de campagne 2012/2013



La campagne 2012/2013 se situe dans la continuité de la campagne 2011/2012 avec une répartition des exportations qui reste stable. Celle-ci permet notamment de distinguer d'une part les vins à forte valeur (champagne et certaines AOP) et d'autre part les vins moins bien valorisés à l'exportation.

Les exportations françaises de vins Campagne 2012/2013 vs campagne 2011/2012



Remarque : dans les graphiques de ce type, la taille des cercles est proportionnelle au volume exporté.

Toutes les catégories progressent en volume, à l'exception des IGP tranquilles dont les volumes exportés diminuent légèrement.

En valeur, des hausses sont observées pour les vins effervescents, avec +3% pour le champagne et +5% pour les effervescents hors champagne. Les Vins de France (SIG) tranquilles voient également leurs exportations augmenter en valeur (+5%), et de la même façon en volume (+3%). La valeur des exportations des IGP connaît une hausse du même ordre de grandeur avec +4%. A l'inverse, les exportations de vins AOP tranquilles, qui progressent de +3% en volume, subissent une baisse de 2% en valeur.

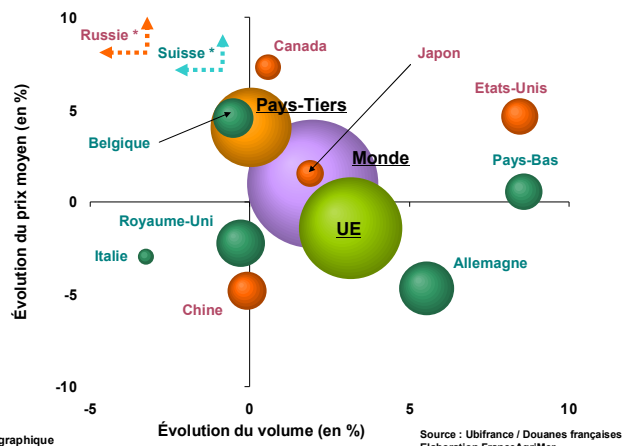
Plus généralement, l'évolution des exportations en volume et en valeur de ces différentes catégories illustre un affaiblissement de la croissance de ces échanges.

Les exportations françaises par destination

Par rapport à la campagne précédente, les exportations progressent en volume vers l'Union européenne, notamment vers Allemagne et les Pays-Bas (respectivement +5 et +8%). Les exportations vers l'UE perdent cependant globalement en valeur entre la campagne 2012/2013 et la campagne précédente.

Vers les pays tiers, les exportations progressent uniquement en valeur (+4%) tandis qu'elles restent stables en volume. Les exportations françaises semblent donc mieux valorisées vers les pays tiers que vers les pays de l'UE lors de cette dernière campagne.

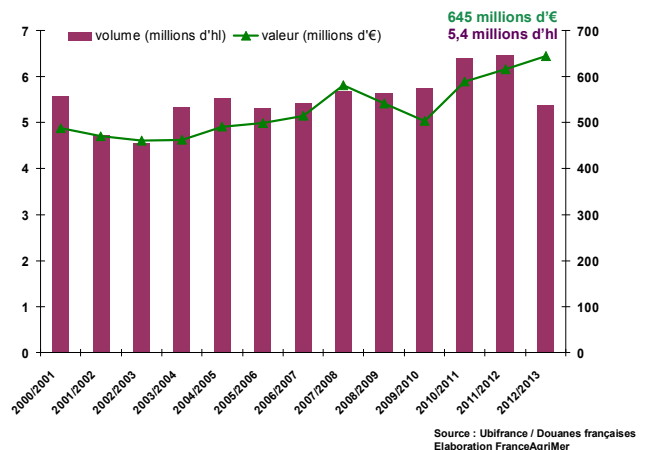
Les exportations françaises de vins Campagne 2012/2013 vs campagne 2011/2012



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.

Les importations françaises de vins Campagne 2012/2013

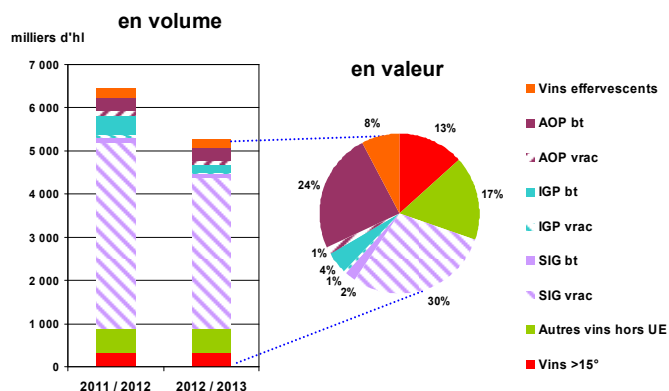
Les importations françaises de vins Bilan de campagne 2012/2013



Les importations françaises de vins relatives à la campagne 2012/2013 représentent 5,4 millions d'hectolitres pour 645 millions d'euros. Si elles progressent en valeur (+5%), elles baissent très fortement en volume (-17%), ceci peut notamment s'expliquer par l'importance de la production française de vin en 2011, arrivée sur le marché en 2012.

Les importations françaises de vins par catégorie

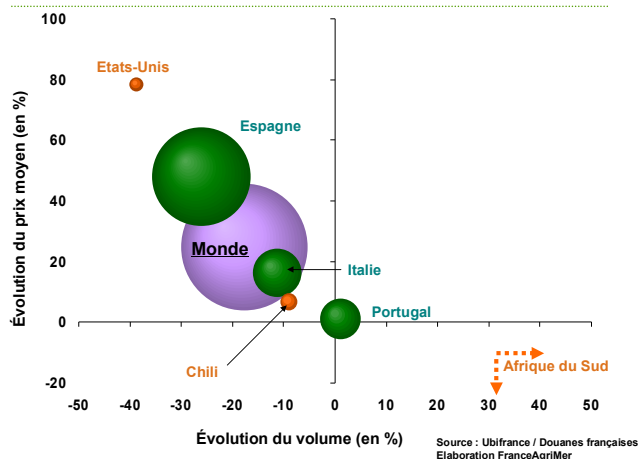
Bilan de campagne 2012/2013



Ces importations sont constituées à 66% de SIG en vrac. Le deuxième poste, en volume comme en valeur, correspond aux importations de vins étrangers hors UE.

Les importations françaises de vins

Campagne 2012/2013 vs campagne 2011/2012



Les importations de vin en provenance d'Espagne représentent 60% des volumes importés, elles suivent la tendance générale de baisse des importations françaises. L'Italie et le Chili sont moins en retrait sur les volumes mais progressent peu en valeur. Seules les importations en provenance du Portugal restent stables. Les importations en provenance d'Afrique du Sud se sont fortement développées en volume (il s'agit essentiellement de vin en vrac), toutefois la part de marché de l'Afrique du Sud reste faible avec 4,7%.

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