

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



Mars 2015

Marchés à la production vrac 2014-15

2014/15 en 1000 hl	Volumés cumulés depuis le début de la campagne*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG) total	861 (-15%)	306 (-20%)	718 (-2%)
Vins de France (SIG) cépages	335 (-4%)	125 (+26%)	390 (+11%)
Vins de France IGP total	2 734 (+6%)	2 146 (+25%)	1 356 (+11%)
Vins de France IGP cépages	2 075 (+8%)	1 282 (+26%)	1 142 (+11%)
Vins de France AOC	↘	↘	↗

2014/15 en €/hl	Prix moyens depuis le début de la campagne*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG) total	75,43 (+13%)	80,77 (+14%)	87,42 (+11%)
Vins de France (SIG) cépages	80,23 (+11%)	84,29 (+15%)	94,37 (+11%)
Vins de France IGP total	86,79 (+14%)	89,79 (+13%)	102,09 (+13%)
Vins de France IGP cépages	88,81 (+14%)	90,26 (+16%)	104,95 (+14%)
Vins de France AOC	↘	↗	=

D'après les données des contrats d'achats disponibles à fin février 2015, les cumuls des transactions reculent par rapport à la campagne précédente en vin de France SIG (sur les trois couleurs) et en vin de France SIG de cépages rouges, et progressent globalement en IGP et en vins de France sans IG de cépages rosés et blancs. Les prix moyens sont, pour leur part, en augmentation sur tous les segments.

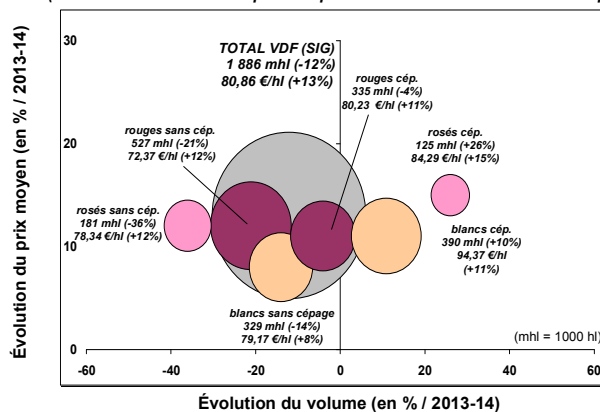
Marché à la production Vin de France (SIG)

A fin février 2015, le total des échanges de Vin de France (SIG) depuis le début de la campagne s'élève à 1,9 million d'hectolitres, soit 12 % de moins qu'à la même période de la campagne précédente.

La majorité des échanges concerne des vins vendus sans mention de cépage qui totalisent 1 million d'hl (- 22 % vs fin février 2014) réparti en 329 milliers d'hl de blanc (-14%) et 708 milliers d'hl de rouge/rosé (- 26 %).

Avec un volume cumulé de 850 milliers d'hl, les ventes de Vin de France SIG mentionnant un cépage représentent 45 % des transactions, et progressent de 6 % par rapport à la dernière campagne, la demande demeurant active en rosés (125 milliers d'hl soit + 26 %) comme en blancs (390 milliers d'hl soit + 10 %).

FranceAgriMer
Transactions vrac Vin de France (SIG)* en 2014-2015
(détail des volumes et des prix des produits avec et sans mention de cépage)



(*) Évolutions par rapport à 30 semaines de campagne 2013/14 pour les VDF(SIG) et à 29 semaines pour les IGP.

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

(*) VDF (SIG) avec cépages = 45% des volumes.

Les cours restent fermes et supérieurs à ceux de la campagne précédente, soit 73,90 €/hl (+ 12 %) en rouge/rosé et 79,17 €/hl (+ 8 %) en blanc pour les vins sans cépage, et 81,33 €/hl (+ 12 %) en rouge/rosé et 94,37 €/hl (+ 11 %) en blanc pour ceux mentionnant le cépage.

Marché Vins de France à Indication Géographique Protégée (IGP)

(Évolutions par rapport à 29 semaines de campagne 2013/14)

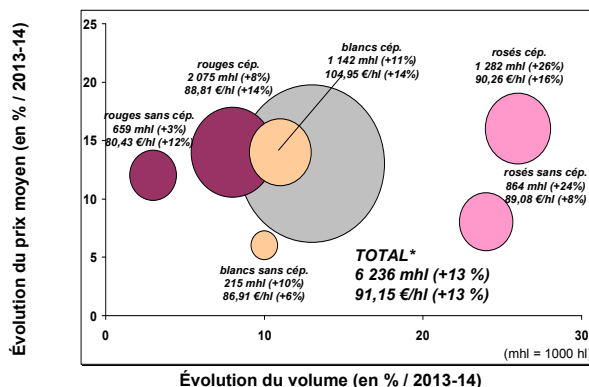
A fin février 2015, les échanges cumulés des Vins IGP représentent 6,2 millions d'hectolitres, soit 13 % de plus qu'à la même période de la campagne précédente.

72 % des échanges concernent les vins vendus avec une mention de cépage, qui représentent 4,5 millions d'hl (+ 13 %) dont 3,4 millions d'hl de rouges/rosés (+ 14 %) et 1,1 million d'hl de blancs (+ 11 %).

Les ventes de vins sans mention de cépage (28 % des transactions) enregistrent à ce stade de la campagne un cumul de 1,7 million d'hl (+ 13 %) réparti en 1,5 million d'hl de vins rouges/rosés (+ 14 %) et 214 milliers d'hl de blanc (+ 10 %).

Transactions vrac vins de France IGP en 2014-2015

(détail des volumes et des prix des produits avec et sans mention de cépage)



Ventes en vrac à 29 semaines de campagne 2014/2015 (fin février 2015)

(*) IGP Pays d'Oc = 70% des volumes

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer/ InterOc/vso/CIVL

Les cours des vins IGP sans mention de cépage s'établissent à 85,34 €/hl (+ 11 %) pour les rouges/rosés et à 86,91 €/hl (+ 6 %) pour les blancs.

Avec mention de cépage, le prix des transactions est de 89,36 €/hl en rouges/rosés (+14 %) et de 104,95 €/hl en blancs (+14 %).

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

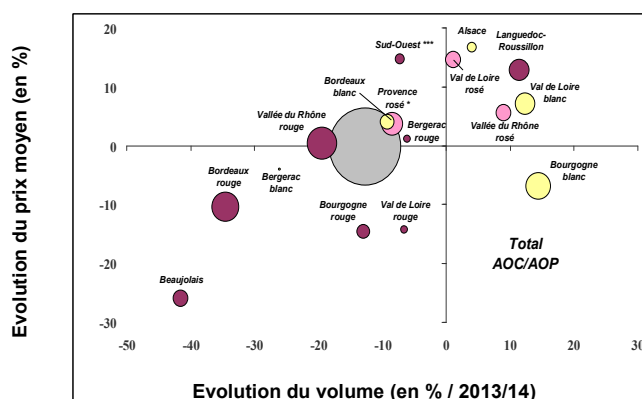
Les informations communiquées par les organisations interprofessionnelles des vins de France AOC/AOP à fin janvier 2015 reflètent une baisse du volume global d'échanges depuis le début de cette campagne.

Ce retrait résulte d'un recul des transactions sur les appellations rouges de toutes les régions excepté le Languedoc-Roussillon, et des appellations rosées de Provence.

Les transactions restent toutefois bien orientées sur les vins blancs du Val de Loire et de la Bourgogne, les rosés du Val-de-Loire et les rouges du Languedoc-Roussillon.

En termes de valorisation, les vins rouges sont en retrait sur tous les vignobles, hors Languedoc-Roussillon et Sud-Ouest, les vins blancs progressent en Alsace et dans le Val de Loire, et les rosés affichent la croissance dans l'ensemble des régions viticoles.

AOC rouges/rosés/blancs en 2014-2015 Transactions vrac à la production



Ventes en vrac à 6 mois de campagne 2014/2015** (fin janvier 2015)

* Variations en vol. non significatives ; ** Campagne 1^{er} août 2014 - 31 juillet 2015 ; *** Sud-ouest données à fin octobre 2014

Source : Organisations interprofessionnelles, Elaboration : FranceAgriMer

Sortie de chais des récoltants 2014-2015

Selon les informations enregistrées par les douanes françaises à fin décembre 2014, les sorties de chais des cinq premiers mois de la campagne reculent de 11 % par rapport à fin décembre 2013, avec 16,230 millions d'hectolitres.

Cette perte s'explique par la diminution des sorties en vins des trois catégories AOC/AOP (- 6 % à 10,245 millions d'hl), IGP (-12 % à 3,666 millions d'hl) et vins sans IG (- 27 % à 2,319 millions d'hl).

Evolution des sorties de chais des récoltants

(2014/15 vs 2013/14)

(en millions d'hl)	Sorties de chais		
	2014/15	2013/14	Var. en %
AOC/AOP	10,245	10,901	-6%
IGP	3,666	4,161	-12%
VSIG et autres	2,319	3,163	-27%
TOTAL	16,230	18,226	-11%

Source : DGDDI

Sorties de chais à 5 mois de campagne 2014-2015 (fin décembre 2014)

Consommation

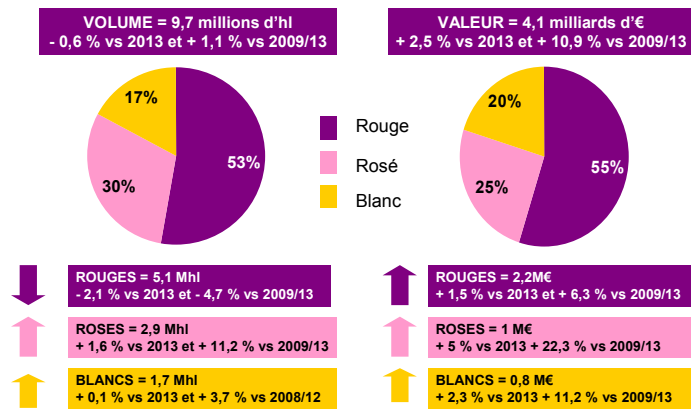
Ventes de vins tranquilles en grande distribution

Bilan 2014 (Source IRI)

D'après les premiers résultats fournis par IRI pour l'année 2014, les ventes de vins tranquilles en grande distribution ont légèrement reculé (-0,6%) en volume et progressé de 2,5 % en valeur par rapport à 2013.

Comparées à la moyenne quinquennale, ces ventes, qui représentent 9,7 millions d'hl et 4,1 milliards de chiffre d'affaires, enregistrent une croissance de 1,1 % en volume et de 10,9 % en valeur.

Le marché des vins tranquilles en grande distribution Année 2014



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

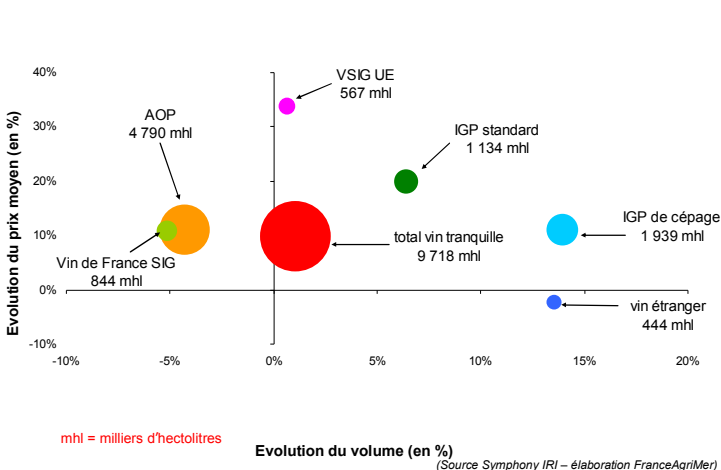
(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

En valeur, les ventes progressent sur les trois couleurs. En volume, les vins rouges continuent à régresser au profit des rosés et des blancs, qui poursuivent leur développement.

S'agissant des catégories, les IGP, avec et sans dénomination de cépage, les vins sans IG en provenance de l'UE et les vins étrangers sont bien orientés.

Les vins de France sans IG et les AOP, en revanche, enregistrent des pertes en volume respectives de 4,9 % et de 4,8 % en volume par rapport à 2013 et de 5,2 % et de 4,3 % par rapport à la moyenne 2009/13.

Évolution des ventes de vins tranquilles par catégorie 2014 vs moyenne 2009/2013



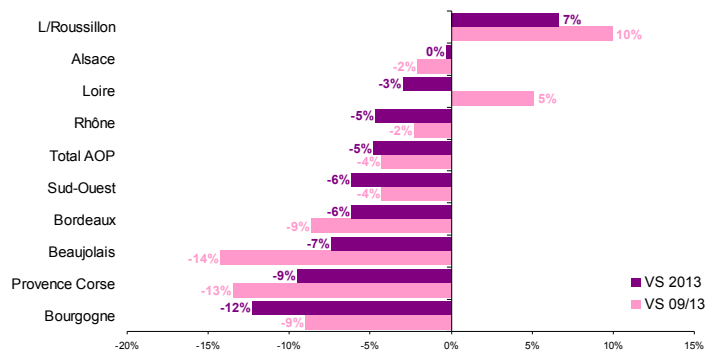
mhl = milliers d'hectolitres

(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Les pertes en volume des AOP, résultent essentiellement d'un déficit d'offre lié aux intempéries, mais bénéficient toutefois de l'augmentation du prix moyen de vente de 5,5 % vs 2013 et de 11,1 % vs 2009/13, à 5,87 €/litre, d'où une croissance en valeur de 0,3 % vs 2013 et de 6,3 % vs 2009/13.

Seul le Languedoc-Roussillon (9 % de parts de marché volume et 7 % en valeur dans le segment) progresse en 2014, cette région, forte d'une récolte 2013 généreuse, a ainsi bénéficié d'un contexte favorable.

Évolution des ventes (volume) d'AOP par régions Année 2014



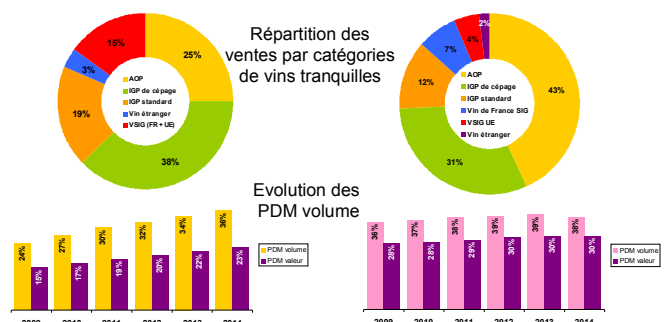
Evolution du volume (en %) (Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Toujours en vogue, le bag in box poursuit sa croissance, avec des ventes qui progressent en volume (+ 5,6 % vs 2013 et + 24,1 % par rapport aux cinq années précédentes) et en valeur (+ 9 % par rapport à 2013 et + 36,7 % par rapport à 2009/13).

Avec des parts de marché de 36 % en volume et de 23 % en valeur, le bag in box constitue toujours un facteur de croissance dans le marché des vins tranquilles en grande distribution.

Les ventes de vins commercialisés sous marques de distributeurs (MDD) en revanche, diminuent en volume de 3,7 % par rapport à 2013, mais restent supérieures de 2,3 % à la moyenne quinquennale. 52 % des vins sous marques de distributeurs sont conditionnés en bag in box, dont 21 % en 3 litres, 63 % en 5 litres et 17 % en 10 litres.

Ventes de vins tranquilles en Bag in box (BIB) et sous marques de distributeurs (MDD) Année 2014



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Commerce extérieur

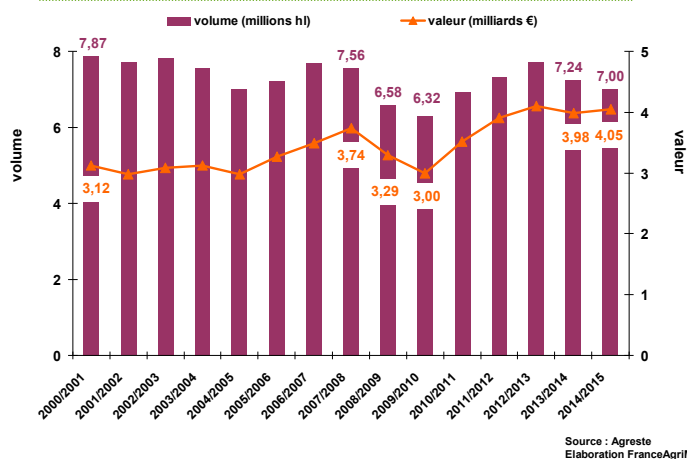
Rappel : l'évolution de la nomenclature pour le commerce extérieur permet de distinguer les vins IGP et les vins sans IG à partir du 1^{er} janvier 2010 seulement.

Les exportations françaises de vins 6 mois de campagne 2014/2015

Pour les six premiers mois de la campagne 2014/2015, les exportations françaises de vins reculent de - 3 % en volume et ce chiffre est encore plus marqué par rapport à la moyenne des trois campagnes précédentes. Sur la même période, la valeur dégagée par ces exportations gagne 2 % par rapport à la campagne précédente.

Les volumes exportés les six premiers mois de la campagne 2014/2015 atteignent 7 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 4,05 milliards d'euros.

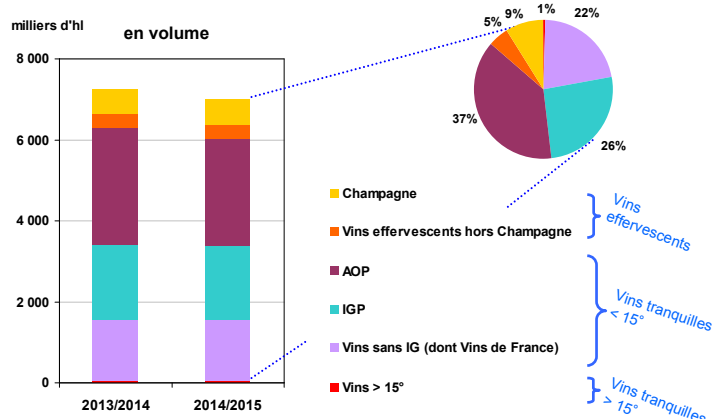
Les exportations françaises de vins 6 mois de campagne 2014/2015



Les exportations françaises par catégorie

Pour les six premiers mois de la campagne 2014/2015, les exportations françaises de vins se décomposent, en volume et en valeur, de la façon suivante :

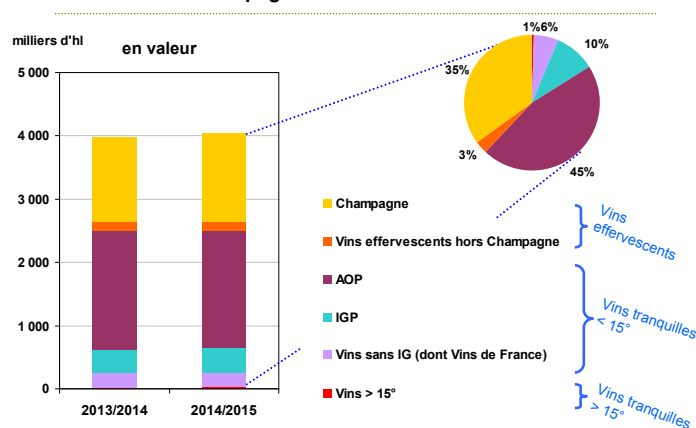
Les exportations françaises de vins par catégorie 6 mois de campagne 2014/2015



Source : Agreste
Elaboration FranceAgriMer

La répartition des exportations par catégorie évolue peu par rapport à la campagne précédente. En volume, le recul des exportations de vins tranquilles AOP se confirme, et, à l'inverse, les parts que représentent les vins tranquilles IGP et sans IG dans les volumes exportés progressent.

Les exportations françaises de vins par catégorie 6 mois de campagne 2014/2015

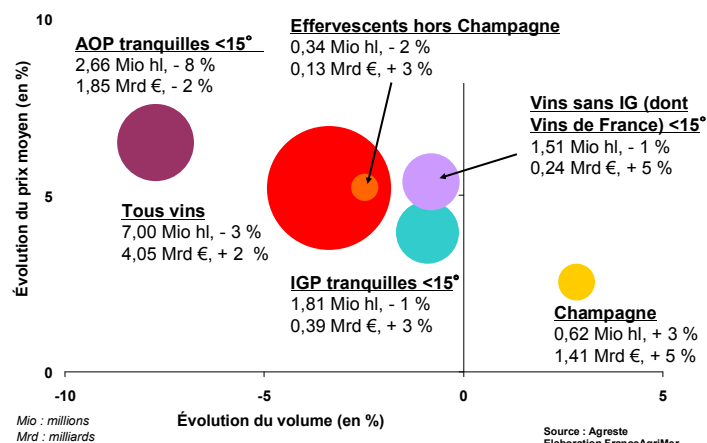


Source : Agreste
Elaboration FranceAgriMer

Pour les six premiers mois de la campagne en cours, les principales catégories qui contribuent au chiffre d'affaires des exportations françaises restent les vins tranquilles AOP et le Champagne. Mais ce dernier représente la seule catégorie dynamique en volume et en valeur, sa part dans la valeur dégagée par les exportations gagne un point par rapport à la campagne précédente.

Le graphique ci-dessous présente les évolutions des exportations françaises de vins, en volume et en prix, entre les six premiers mois de la campagne 2014/2015 et ceux de la campagne précédente. La taille des disques est proportionnelle au volume exporté pour chaque catégorie. Sur la période considérée, nous ne disposons pas des données permettant de distinguer les Vins de France (SIG) des autres vins sans IG (produits en UE et hors UE) et présentons ici des données agrégées.

Les exportations françaises de vins 6 mois de campagne 2014 / 2015 vs 2014 / 2013



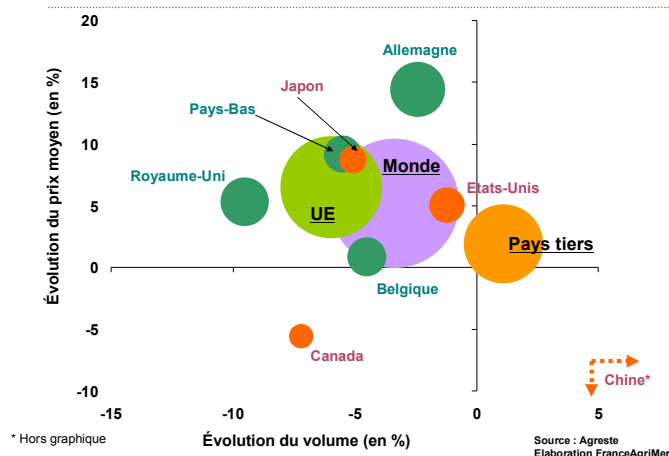
Toutes les catégories présentées connaissent des hausses de prix à l'export par rapport à la campagne précédente. Les exportations françaises de vins se maintiennent ainsi en valeur pour chacune d'entre elles, sauf pour les vins tranquilles AOP qui subissent un recul en volume tel qu'il impacte la valeur dégagée et ce, malgré une hausse des prix de plus de 6 %.

Tirées par les bonnes performances du Champagne, les exportations de vins effervescents progressent. Sur les six premiers mois de la campagne 2014/2015, on observe en effet un recul des volumes de vins effervescents hors Champagne exportés, à l'inverse de ce qui avait été observé sur les campagnes précédentes.

Les exportations françaises par destination

Les exportations françaises de vins par destination

6 mois de campagne 2014 / 2015 vs 2014 / 2013



Pour les six premiers mois de la campagne 2014/2015, la baisse des exportations françaises de vins observée par rapport à la campagne précédente touche l'ensemble des grands marchés historiques de la France.

En Union européenne, le recul des exportations françaises est en particulier marqué vers le Royaume-Uni et la Belgique, où la hausse des prix ne permet pas de maintenir la valeur dégagée par les exportations vers ces deux marchés.

C'est l'inverse en Allemagne et aux Pays-Bas ; l'augmentation des prix des vins exportés par la France vers ces deux marchés a permis aux exportations de se maintenir en valeur malgré un recul en volume, mais ces prix restent toujours bien en deçà de ceux pratiqués vers les principaux marchés de la France.

Sur la période considérée, les exportations françaises de vins à destination des pays tiers se maintiennent en volume par rapport à la campagne précédente. Malgré de mauvaises performances vers le Japon et le Canada (respectivement 7^{ème} et 8^{ème} marchés pour les vins français en volume) et une relative stabilité vers les États-Unis (5^{ème} marché), les volumes exportés progressent légèrement.

Ce sont les exportations à destination de la Chine qui contribuent le plus à la croissance des exports vers les pays tiers. En effet, celles-ci gagnent plus de 20 % en volume par rapport à la campagne précédente, signe d'une reprise amorcée fin 2014.

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.

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