

# Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



• Novembre 2015

## Marchés à la production vrac 2015-16

2015/16	Volumés cumulés depuis le début de la campagne*		
	en 1000 hl	Rouges	Rosés
Total Vins de France (SIG)	113 (-10%)	16 (-70%)	67 (-39%)
Vins de France (SIG) de cépages	38 (-16%)	2 (-90%)	43 (-24%)
Total IGP	154 (-30%)	92 (-63%)	121 (-32%)
IGP de cépages	91 (-43%)	43 (-76%)	103 (-31%)
AOC	ns	ns	ns

2015/16	Prix moyens depuis le début de la campagne*		
	en €/hl	Rouges	Rosés
Total Vins de France (SIG)	74,63 (+8%)	74,64 (-6%)	89,77 (+5%)
Vins de France (SIG) de cépages	82,23 (+11%)	82,46 (+0%)	98,42 (+3%)
Total IGP	88,88 (+9%)	90,54 (+4%)	101,71 (+6%)
IGP de cépages	93,48 (+13%)	92,96 (+5%)	104,04 (+6%)
AOC	ns	ns	ns

(\*) Évolutions par rapport à 13 semaines de campagne 2014/15.

## Marchés à la production

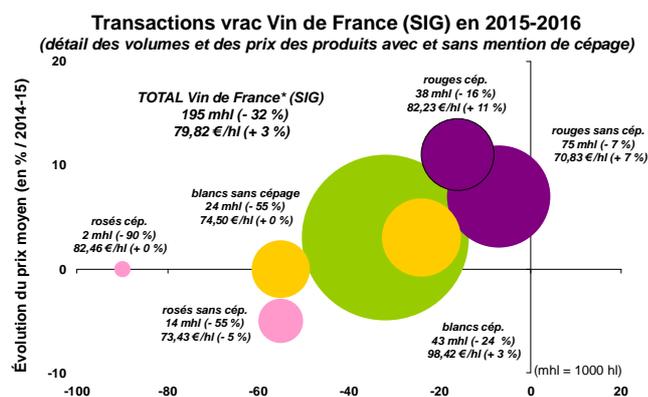
D'après les données des contrats d'achat sur les trois premiers mois de la campagne 2015-2016, les transactions en vrac reculent par rapport à la campagne 2014-15 pour l'ensemble des segments et pour l'ensemble des couleurs.

Les prix moyens sont en légère hausse sur l'ensemble des segments et des couleurs mis à part les prix de vins sans IG rosés qui sont en baisse par rapport à la même période de la campagne précédente.

## Marché Vins de France (SIG)

Sur le début de la campagne 2015-2016, le total des échanges de Vins de France (SIG) s'élève à 195 milliers d'hectolitres, soit une baisse de 32 % par rapport à 2014/2015.

58 % des ventes concernent des vins vendus sans mention de cépage ce qui représente 113 milliers d'hl (soit -32 % par rapport à la campagne précédente) réparti en 75 milliers d'hl de rouges (-7 %), 24 milliers d'hl de blancs (-55 %) et 14 milliers d'hl de rosés (-55 %).



(\*) Vin de France (SIG) avec cépages = 42 % des volumes

Évolution du volume (en % / 2014-15)

Ventes en vrac à 13 semaines de campagne 2015/2016 (fin octobre 2015)

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Les ventes de Vins de France (SIG) mentionnant un cépage représentent 42 % des transactions, soit un volume cumulé de 83 milliers d'hl (-33 % par rapport à 2014-2015), dont 38 milliers d'hl de rouges (-16 %), 43 milliers d'hl de blancs (-24 %) et 2 milliers d'hl de rosés (-90 %).

La faiblesse des transactions en Vins de France (SIG) entraîne une légère hausse des prix par rapport à la campagne 2014-2015 pour les vins avec mention de cépage avec des prix supérieurs de 11 % en rouges (82,23 €/hl), de 3 % en blancs (98,42 €/hl) et un prix stables en rosés (82,46 €/hl).

Pour les vins sans mention de cépage, les cours sont plus chahutés avec une hausse de 7 % pour les rouges (70,83 €/hl), une baisse de 5 % pour les rosés (73,43 €/hl) et une stabilité pour les blancs à 74,50 €/hl.

### Marché Vins à Indication Géographique Protégée (IGP)

Sur les trois premiers mois de la campagne 2015-2016, les échanges cumulés des vins IGP représentent 368 milliers d'hectolitres, soit une baisse de 43 % par rapport à la même période en 2014-2015.

65 % des échanges concernent les vins vendus avec une mention de cépage, soit 237 milliers d'hl (- 52 %) répartis en 91 milliers d'hl de rouges (-43 %), 43 milliers d'hl de rosés (- 76 %) et 103 milliers d'hl de blancs (- 31 %).

Les ventes de vins sans mention de cépage (35 % des transactions) enregistrent quant à elles un cumul de 130 milliers d'hl (-17 %), dont 63 milliers d'hl de rouges (+5 %), 49 milliers d'hl de rosés (-28 %) et 18 milliers d'hl de blancs (-37 %).

Au vu de la faiblesse des transactions il est difficile de tirer des conclusions sur le marché des vins en vrac.

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

A ce stade de la campagne, les informations de contrats transmises par les comités interprofessionnels AOC/AOP sont insuffisamment complètes pour pouvoir dresser une première tendance significative.

### Sortie de chais des récoltants 2015-2016

Selon les informations enregistrées par les douanes françaises à fin août 2015, les sorties de chais de la campagne 2015-2016 sont en hausse de 11 % par rapport à la précédente campagne, à 2,386 millions d'hectolitres. L'ensemble des segments sont en hausse avec +9,7 % pour les AOC, +12,2 % pour les vins IGP et +11,1 % pour les vins de France sans IG.

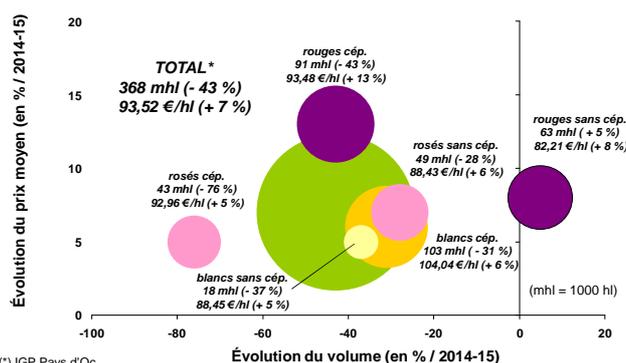
Evolution des sorties de chais des récoltants 2015/16 vs 2014/15

	Sorties de chais (en million d'hl)		
	2015/16	2014/15	Var. en %
AOC/AOP	1,332	1,214	+ 9,7 %
IGP	0,774	0,690	+ 12,2 %
VSIG et autres	0,279	0,251	+ 11,1 %
<b>TOTAL</b>	<b>2,386</b>	<b>2,156</b>	<b>+ 10,7 %</b>

Sorties de chais à 01 mois de campagne 2015-2016 (fin août 2015)

Source : DGDDI

Transactions vrac IGP en 2015-2016 (détail des volumes et des prix des produits avec et sans mention de cépage)



(\*) IGP Pays d'Oc = 52 % des volumes

Ventes en vrac à 13 semaines de campagne 2015/2016 (fin octobre 2015)

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer/InterOcl/IVSO/CIVL

Les cours des IGP sans mention de cépage s'établissent à 82,21 €/hl (+8 %) pour les rouges, à 88,43 €/hl pour les rosés (+6 %) et à 88,45 €/hl (+5 %) pour les blancs.

Avec mention de cépage, le prix des transactions est de 93,48 €/hl en rouges (+13 %), de 92,96 €/hl en rosés (+5 %) et de 104,04 €/hl en blancs (+6 %).

## Consommation

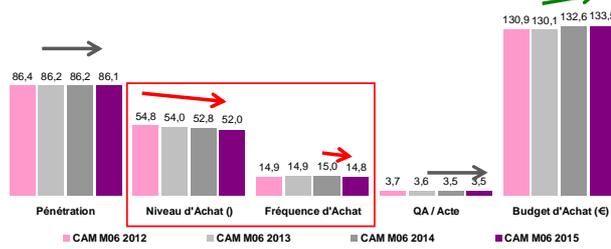
### Achats de vins tranquilles par les ménages français pour leur consommation à domicile de juin 2014 à juin 2015 (source : Kantar)

Les résultats présentés ci-après sont une synthèse des résultats du panel consoscan de Kantar sur le marché des vins tranquilles pour la période de juin 2014 à juin 2015.

Ce panel, constitué de 12 000 ménages dits ordinaires qui déclarent l'ensemble de leurs achats pour la consommation à domicile quelque soit le circuit d'approvisionnement, ne prend pas en compte la consommation dans les cafés, hôtels et restaurants, ni celle réalisée par les ménages en vacances, pas plus que celle des ménages dits collectifs.

A fin juin 2015, le marché des vins tranquilles est pénalisé par une baisse de la fréquence d'achat des ménages acheteurs, par ailleurs toujours aussi nombreux, et achetant les mêmes quantités. En revanche, la valorisation se poursuit.

### Evolution des Indicateurs Consommateurs Total vin tranquille



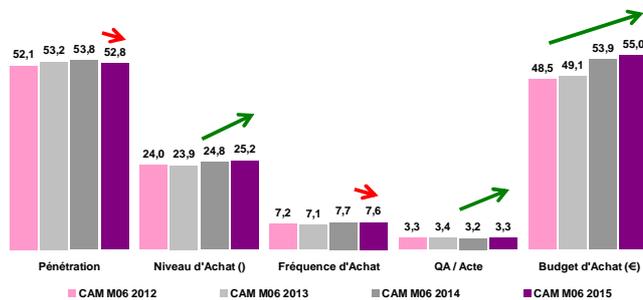
(source Kantar)

Contrairement aux dernières années, ce ne sont pas les ménages de plus de 50 ans, cœur de cible des vins, qui pénalisent le plus le marché, mais plutôt les familles et les 35/49 ans, de plus en plus séduits par les bières et les softs, d'où des difficultés surtout pour les vins à bas prix.

Les vins tranquilles sont, par ailleurs, pénalisés sur tous les circuits, hors « on line » et « cavistes ».

Les vins rosés, toujours dynamiques en volume et valeur grâce au soutien des couples et des familles, bénéficient d'une bonne saison, comme les bières et eaux, et bien que le recrutement n'en soit plus moteur cette année, cette couleur poursuit sa croissance via une hausse des quantités achetées à l'acte.

### Evolution des Indicateurs Consommateurs Total vin rosé

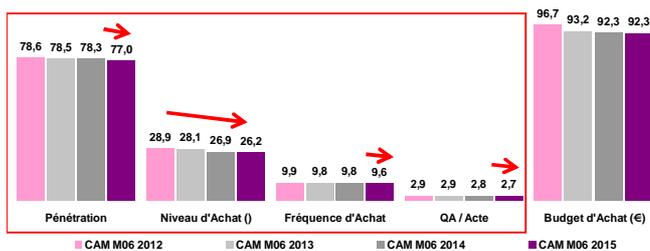


(source Kantar)

Les AOP poursuivent leurs pertes en volume, pénalisés par toutes les cibles du marché, et ce, dans la plupart des grandes enseignes généralistes.

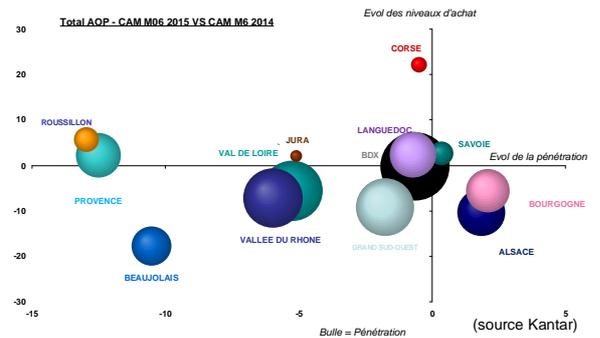
On remarque néanmoins une valorisation qui se poursuit.

### Evolution des Indicateurs Consommateurs Total AOP



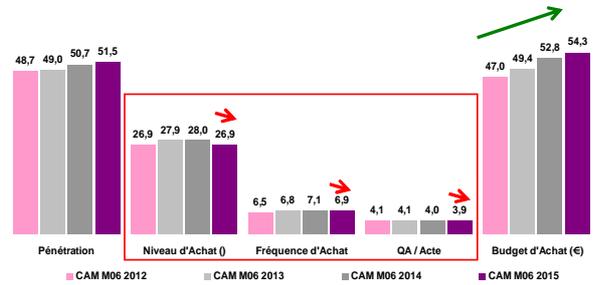
(source Kantar)

Si le recrutement et les niveaux d'achat sont globalement en recul, les leviers à relancer diffèrent selon les régions.



En vins IGP, l'offre se valorise toujours, mais pour la 1ere fois depuis 4 ans, et malgré un bon recrutement, les ménages en ont acheté moins souvent et en moins grandes quantités, et ce, particulièrement sur les vins sans mention de cépage.

### Evolution des Indicateurs Consommateurs Total IGP

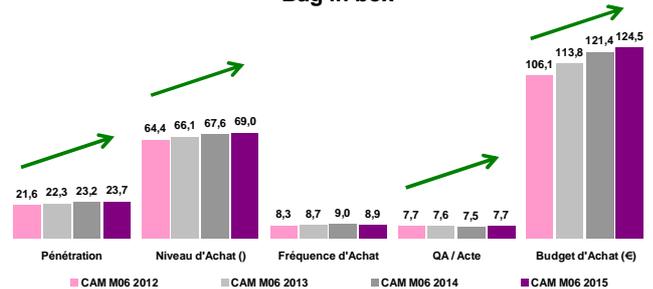


(source Kantar)

Comme au total vin tranquille, ces vins ont été pénalisés par les familles, mais aussi par les célibataires et les couples d'âge moyen.

Le bag in box poursuit sa croissance transversale, et reste l'un des seuls conditionnements dynamiques du marché. Cette offre plaît au cœur de cible des vins tranquilles : les couples d'âge moyen et seniors.

### Evolution des Indicateurs Consommateurs Bag in box



(source Kantar)

Un point, pour terminer, sur le vin bio, dont les ventes restent faibles, mais dont la part de marché volume augmente de plus en plus pour les achats de vins tranquilles. Sa fréquence d'achat a également reculé, mais l'offre continue à se valoriser.

En conclusion, malgré une taille de clientèle stable, les vins tranquilles continuent à enregistrer des pertes en volumes via une fréquence d'achat en baisse, dans un contexte où la concurrence semble plus difficile sur les foyers plus jeunes. Néanmoins, le bag in box et les vins rosés poursuivent leur croissance, alors que les AOP sont pénalisés de manière transversale.

## 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<sup>er</sup> janvier 2010 seulement.

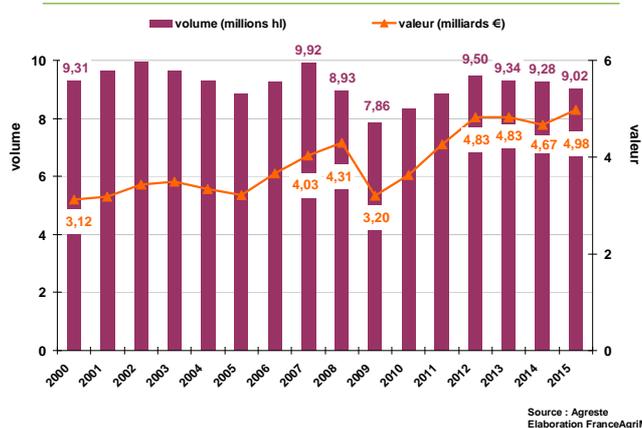
### Les exportations françaises de vins

#### Cumul 8 mois 2015

Pour les huit premiers mois de 2015, les exportations françaises de vins reculent en volume par rapport à 2014 (- 3 %). Cette tendance à la baisse est plus forte qu'entre 2013 et 2014 mais contrairement à l'année passée, elle est contrebalancée par une hausse des prix. Les exportations françaises de vins affichent ainsi une progression de + 7 % en valeur par rapport à 2014.

De janvier à août 2015, les volumes exportés atteignent 9,02 millions d'hectolitres et le chiffre d'affaires des exportations s'élève à 4,98 milliards d'euros.

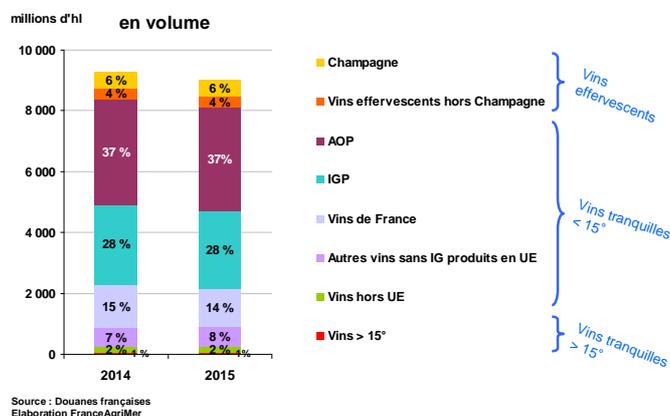
#### Les exportations françaises de vins 8 mois 2015 (janvier-août)



### Les exportations françaises par catégorie

Sur les huit premiers mois de 2015, la répartition des exportations françaises de vins, en volume et en valeur, est la suivante :

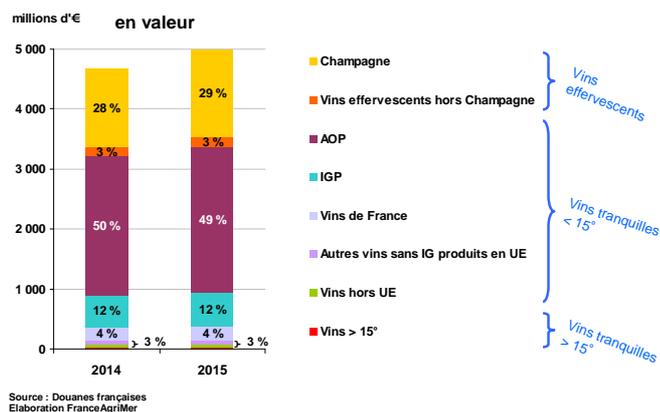
#### Les exportations françaises de vins par catégorie 8 mois 2015 (janvier-août)



Parmi les vins tranquilles < 15°, qui représentent l'essentiel des volumes exportés, la part que représentent les vins AOP et IGP reste stable tandis que les Vins de France (SIG) voient leur part reculer.

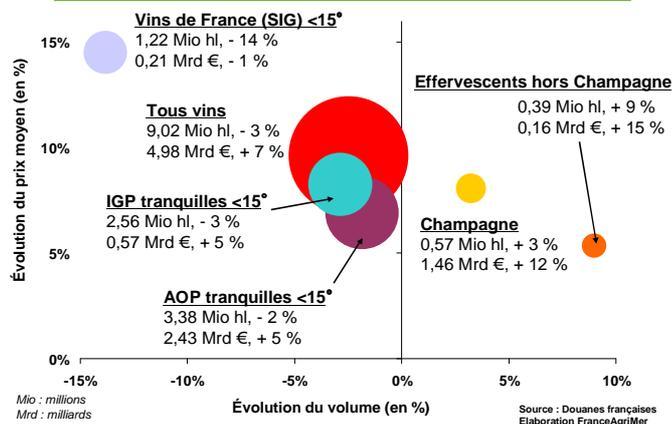
Toutes les catégories considérées progressent à l'export en valeur, à l'exception des Vins de France (SIG) et des vins > 15°. Les parts des différentes catégories dans le chiffre d'affaires des exportations restent cependant relativement stables. A noter le Champagne, qui progresse à l'export sur les huit premiers mois de 2015 par rapport à 2014 et confirme sa place de poids dans les exportations françaises en valeur (2<sup>ème</sup> contributeur au chiffre d'affaires).

#### Les exportations françaises de vins par catégorie 8 mois 2015 (janvier-août)



Le graphique ci-dessous présente les évolutions des exportations françaises de vins, en volume et en prix, entre les huit premiers mois de 2015 et ceux de 2014. La taille des disques est proportionnelle au volume exporté pour chaque catégorie.

#### Les exportations françaises de vins 8 mois (janvier-août) 2015 vs 2014



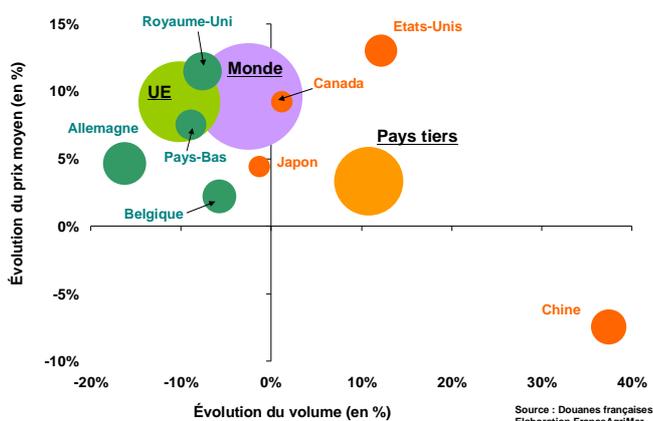
Suivant les tendances des mois précédents, les vins tranquilles AOP et IGP restent pénalisés en volume sur la période janvier-août 2015. Ils bénéficient en revanche d'une meilleure valorisation.

La diminution des exportations de Vins de France (SIG), observée depuis début 2013, est en partie compensée par une augmentation des exportations de vins sans indication géographique produit en UE.

Les exportations de vins effervescents, toujours dynamiques, connaissent une importante progression en valeur du fait d'une augmentation des volumes exportés et d'une hausse des prix - qui reste dans les mêmes ordres de grandeur que celles des autres catégories.

## Les exportations françaises par destination

### Les exportations françaises de vins par destination 8 mois (janvier-août) 2015 vs 2014



Les exportations françaises de vins reculent à destination des pays de l'Union européenne, dont font partie les premiers marchés des vins français, en premier lieu l'Allemagne et le Royaume-Uni

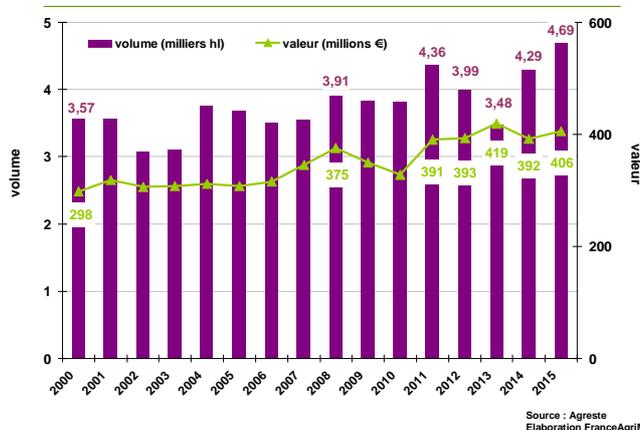
Dans ce contexte de repli des débouchés sur le marché européen et pour les huit premiers mois de 2015, la Chine et les Etats-Unis se hissent respectivement à la troisième et à la cinquième place des plus importants marchés de la France en volume.

Les Etats-Unis restent sur cette période le premier marché des vins français à l'export en valeur grâce à une progression des volumes et des prix en hausse.

## Les importations françaises de vins Cumul 8 mois 2015

Les importations françaises de vins continuent à augmenter en 2015 après de fortes progressions l'année passée. Pour les huit premiers mois de 2015, elles atteignent 4,89 millions d'hectolitres pour 406 millions d'euros, soit + 9 % en volume et + 4 % en valeur par rapport à 2014.

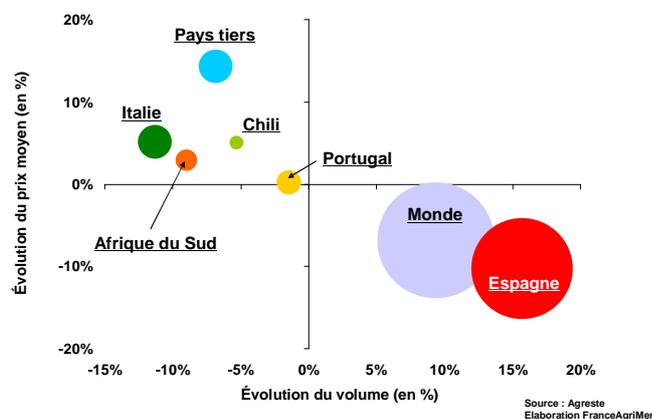
### Les importations françaises de vins 8 mois 2015 (janvier-août)



## Les importations françaises par pays de provenance et par catégorie

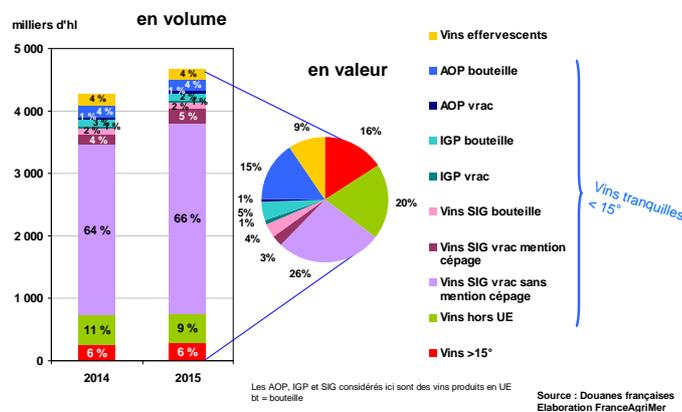
De la même façon qu'en 2014, si les importations françaises de vins progressent, c'est essentiellement en provenance d'Espagne, qui continue à pratiquer des prix en baisse (moins de 0,5€/litre).

### Les importations françaises de vins 8 mois (janvier-août) 2015 vs 2014



La catégorie la plus dynamique à l'import est celle des vins en vrac sans indication géographique et sans mention de cépage, qui représente la majeure partie des volumes importés.

### Les importations françaises de vins par catégorie 8 mois (janvier-août) 2015 vs 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