

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



• Octobre 2016

Marchés à la production vrac 2015-16

2015/16	Volumés cumulés pour la campagne		
	en 1000 hl	Rouges	Rosés
Total Vins de France (SIG)	997 (-14 %)	231 (-39 %)	791 (-5 %)
Vins de France (SIG) de cépages	397 (-4 %)	71 (-50 %)	458 (+4 %)
Total IGP	3 951 (+12 %)	2 161 (-14 %)	1 775 (+8 %)
IGP de cépages	3 041 (+16 %)	1 224 (-14 %)	1 513 (+11 %)
AOC	=	↘	↘

2015/16	Prix moyens pour la campagne		
	en €/hl	Rouges	Rosés
Total Vins de France (SIG)	76,40 (+1 %)	78,15 (-3 %)	85,61 (-2 %)
Vins de France (SIG) de cépages	82,92 (+2 %)	83,22 (-1 %)	93,27 (-1 %)
Total IGP	90,91 (+4 %)	89,21 (-1 %)	106,29 (+3 %)
IGP de cépages	93,49 (+4 %)	88,60 (-2 %)	108,80 (+3 %)
AOC	↗	↗	↗

Marchés à la production

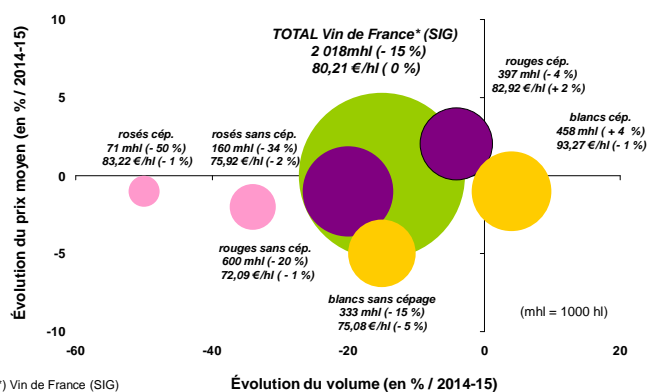
D'après les données des contrats d'achat à fin juillet 2016, les transactions en vrac reculent par rapport à la campagne 2015-16 pour l'ensemble des couleurs en vins de France sans IG (-15 %). L'activité en IGP est porteuse pour les vins avec mention de cépage alors que les transactions pour les vins 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 stabilité 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 sur la campagne, le total des échanges de Vins de France (SIG) s'élève à 2 millions d'hectolitres, soit une baisse de 15 % par rapport à 2014/2015. Cette baisse porte sur les trois couleurs.

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



(*) Vin de France (SIG) avec cépages = 46 % des volumes

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

54 % des ventes concernent des vins vendus sans mention de cépage ce qui représente 1,1 million d'hl (soit -20 % par rapport à la campagne précédente) réparties

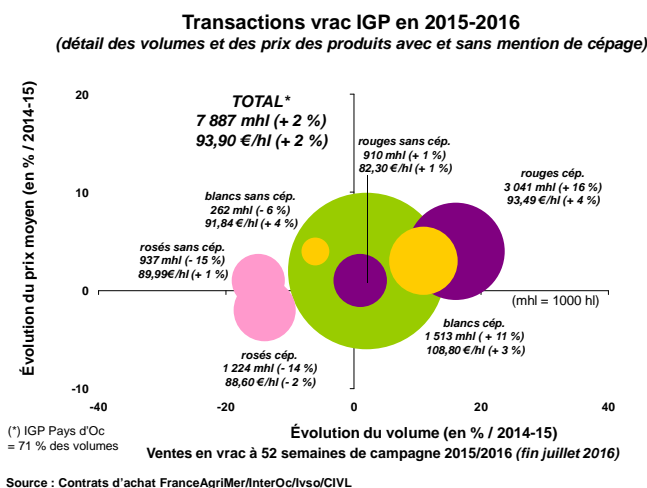
en 600 milliers d'hl de rouges (-20 %), 333 milliers d'hl de blancs (-15 %) et 160 milliers d'hl de rosés (-34 %). Les ventes de Vins de France (SIG) mentionnant un cépage représentent 43 % des transactions, soit un volume cumulé de 925 milliers d'hl (-7 % par rapport à 2014-2015), dont 397 milliers d'hl de rouges (-4 %), 458 milliers d'hl de blancs (+4 %) et 71 milliers d'hl de rosés (-50 %).

Les prix sont globalement stable pour les vins de France (SIG) avec mention de cépage par rapport à la campagne 2014-2015 avec des prix supérieurs de 2 % en rouges (82,92 €/hl) et en baisse de 1 % pour les blancs (93,27 €/hl) et les rosés (83,22 €/hl).

Pour les vins sans mention de cépage, les cours sont en baisse de 5 % pour les blancs à 75,08 €/hl, de 2 % pour les rosés à 75,92 €/hl et de 1 % pour les rouges à 72,09 €/hl.

Marché Vins à Indication Géographique Protégée (IGP)

Les transactions en vins IGP sur la campagne progressent en volume par rapport à ceux de la campagne 2014-2015. En cumul, les ventes progressent pour les vins rouges et les vins blancs de cépages alors que les vins rosés confirment la faible dynamique qu'ils ont depuis le début de la campagne. Sur 2015-2016, les échanges cumulés des vins IGP représentent 7,9 millions d'hectolitres, soit 2 % de plus que ceux de la campagne 2014-2015.



73 % des échanges concernent les vins vendus avec une mention de cépage, soit 5,8 millions d'hl (+7 % par rapport à 2014-2015) répartis en 3 millions d'hl de rouges (+16 %), 1,2 million d'hl de rosés (-14 %) et 1,5 million d'hl de blancs (+11 %).

Les ventes de vins sans mention de cépage (27 % des transactions) enregistrent quant à elles un cumul de 2,1 millions d'hl (-8 %), dont 910 milliers d'hl de rouges (+1 %), 937 milliers d'hl de rosés (-15 %) et 262 milliers d'hl de blancs (-6 %).

Les cours des IGP avec mention de cépage s'établissent à 93,49 €/hl (+4 %) pour les rouges, à 88,60 €/hl pour les rosés (-2 %) et à 108,80 €/hl (+3 %) pour les blancs.

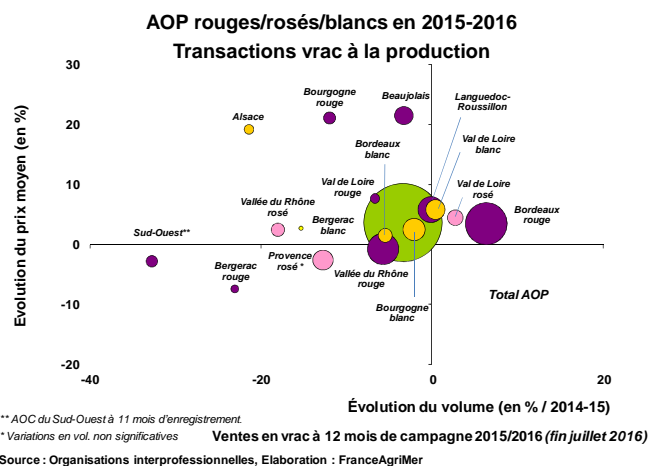
Sans mention de cépage, le prix des transactions est de 82,30 €/hl en rouges (+1 %), de 89,99 €/hl en rosés (+1 %) et de 91,84 €/hl en blancs (+4 %).

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

La campagne de commercialisation des vins à AOC/AOP vrac est en légère baisse en termes de volumes vendus alors que les prix sont en augmentation.

Les transactions en vins rosés sont en baisse du fait du ralentissement des ventes dans les principales régions productrices. Les appellations en rouges ont eu des ventes ralenties sur la fin de campagne ce qui a conduit à un volume vendu équivalent à celui de 2014-2015. Les ventes de vins blancs sont en retrait du fait de ventes moins dynamiques que la campagne précédente dans l'ensemble des régions productrices.

Les transactions se font sur des bases de prix en hausse pour les vins d'appellations rouges et blancs avec une augmentation notable en Alsace blanc et en Bourgogne et Beaujolais rouge. Les prix sont stables par rapport à la campagne 2014-2015 pour les vins rosés.



Sortie de chais des récoltants 2015-2016

Les sorties de chais de la campagne 2015-2016 sont en hausse de 3 % par rapport à la précédente campagne, du fait d'une augmentation des sorties de chais en AOP avec une augmentation de 16,9 % par rapport à la campagne précédente. Les VSIG sont en baisse à -15,3 % et les IGP en légère progression à +1,1 %.

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	30,976	26,495	+ 16,9 %
IGP	10,486	10,369	+ 1,1 %
VSIG et autres	4,692	5,539	- 15,3 %
TOTAL	43,748	42,403	+ 3,2 %

Sorties de chais à 12 mois de campagne 2015-2016 (fin juillet 2016)

Source : DGDDI

Marchés à la production vrac 2016-17

L'activité du début de la campagne 2016-2017 reste sur la lancée de la campagne 2014-2015 avec des disponibilités faibles en Vins de France SIG. Le marché vrac est réduit avec un volume d'échanges en baisse de 9 % par rapport à celui du début 2015-2016 à 94 milliers d'hl en Vins de France SIG. La baisse est uniquement le fait des vins mentionnant un cépage. Cette faiblesse des transactions montre qu'il y a manque de vins de France SIG avec mention de cépage en ce début de campagne.

Les prix moyens sont orientés à la baisse pour les vins de France SIG que ce soit avec et sans mention de cépage et pour les trois couleurs (exception faite pour les vins rouges avec mention de cépage).

Les transactions cumulées de vins IGP sont en hausse par rapport à la campagne précédente, à 227 milliers d'hl (+20 % par rapport à 2015-2016), tirées par les IGP avec mention de cépages rouges et blancs.

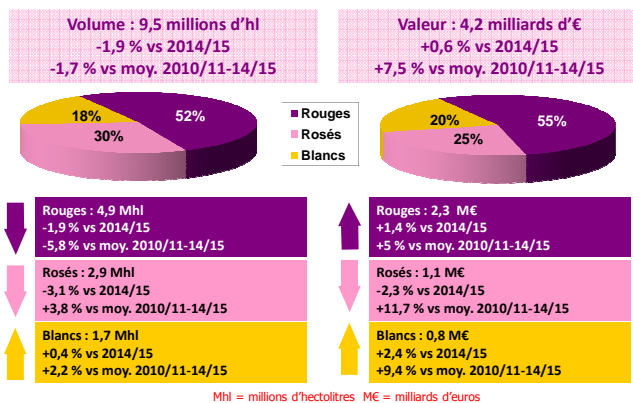
Le niveau de prix des transactions des vins IGP est en légère baisse avec des prix à 100,26 €/hl (-4 % par rapport à la campagne précédente) pour les blancs avec cépages, 86,97 €/hl (-2 %) pour les blancs sans cépages, 95,60 €/hl (+1 %) pour les rouges avec cépages, 78,55 €/hl (-5 %) pour les rouges sans cépages, 82,77 €/hl (-8 %) pour les rosés avec cépages et 76,77 €/hl (-12 %) pour les rosés sans cépages.

Consommation

Ventes de vins tranquilles en grande distribution : campagne 2015/16 (du 17/08/2015 au 14/08/2016) – Source : IRI

D'après les premiers résultats d'IRI pour la campagne 2015/2016, les ventes de vins tranquilles en grande distribution continuent de se valoriser (+0,6 % vs 2014/15 et +7,5 % vs 2010/11-14/15) en dépit d'une baisse en volume (-1,9 % vs 2014/15 et -1,7 % vs 2010/11-14/15). Ces ventes représentent 9,5 millions d'hl et 4,2 milliards d'€ de chiffre d'affaires, et leur prix moyen (4,4 €/litre) affiche +2,5 % vs 2014/15 et +9,3 % vs 2010/11-14/15.

Le marché des vins tranquilles en grande distribution Campagne 2015/16 (du 17/08/15 au 14/08/16)



En vins rouges, le recul se poursuit en volume pour l'ensemble des catégories nationales, confrontées à une

moins forte demande, et moins de visibilité en rayon. Pour cette couleur, seuls les vins sans IG en provenance de l'Union européenne et les vins étrangers progressent, via une augmentation conjointe de la demande, du nombre de références, et de la visibilité en rayon.

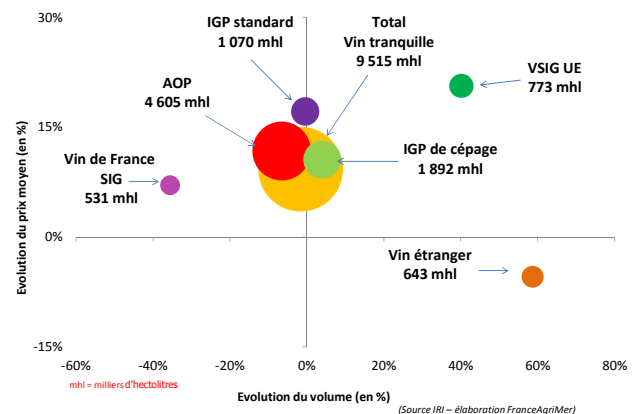
Pour la première fois, les ventes de vins rosés perdent du terrain. Ce repli incombe exclusivement aux vins français, alors que les VSIG UE et les vins étrangers réalisent de belles performances via davantage de promotion et de présence en rayon.

Les vins blancs terminent la campagne en positif malgré des pertes en vins de France SIG et en AOP. Dans ce segment, les IGP et les vins étrangers progressent en termes de largeur d'offre, de visibilité et de promotion.

Toutes couleurs confondues, cette campagne est marquée par le développement des vins en provenance de l'UE et des vins étrangers alors que tous les segments de vins français sont en recul.

La baisse des ventes d'AOP s'accroît : -1,8 % en volume vs 2014/15 et -6,6 % vs 2010/11-14/15. Si les vins du Beaujolais et de la Bourgogne sont bien orientés, la situation est plus compliquée pour les autres régions viticoles, notamment Bordeaux, le Languedoc-Roussillon et la Provence-Corse, très impactés par la baisse de la demande, en fond de rayon comme en promotion.

Évolution des ventes de vins tranquilles par catégorie Campagne 2015/16 vs moyenne 2010/11-14/15



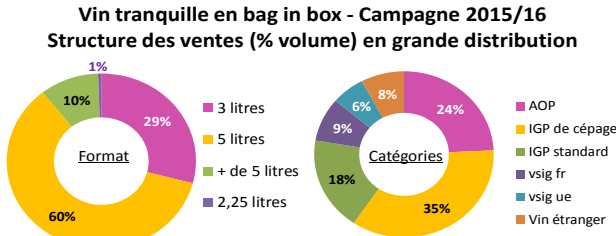
Les vins de France SIG enregistrent des pertes supérieures à 25 % (en volume et en valeur) vs 2014/15, et à 30 % (en volume et en valeur) par rapport à 2010/11-14/15. Ce segment est celui qui perd le plus en demande, avec une perte moyenne de 96 cm de linéaire et -2,4 références.

Les ventes d'IGP reculent de 4,1 % en volume et de 1,2 % en valeur par rapport à 2014/15, mais restent positives (+2,4 % en volume et +15,2 % en valeur) vs 2010/11-14/15. Les IGP standard et les IGP de cépage enregistrent tous les deux des pertes sur les ventes de vins rouges et rosés, mais progressent en vin blanc.

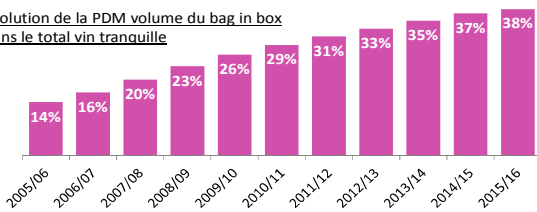
Seules catégories en croissance, en volume et en valeur, vs 2014/15 et à la moyenne, les VSIG UE et les vins étrangers doivent leurs bons scores au renforcement de

leur présence en magasin, à leur activité promotionnelle forte, et à une demande dynamique sur les trois couleurs.

Plus globalement, le poids des marques de distributeurs (MDD) continue à diminuer au profit des marques nationales, et le bag in box (+1 % en volume et +13,5 % en valeur vs 2014/15, et +2,2 % en volume et +22,3 % en valeur vs 2010/11-14/15) continue sa progression au détriment des bouteilles en verre 75cl.



Évolution de la PDM volume du bag in box dans le total vin tranquille

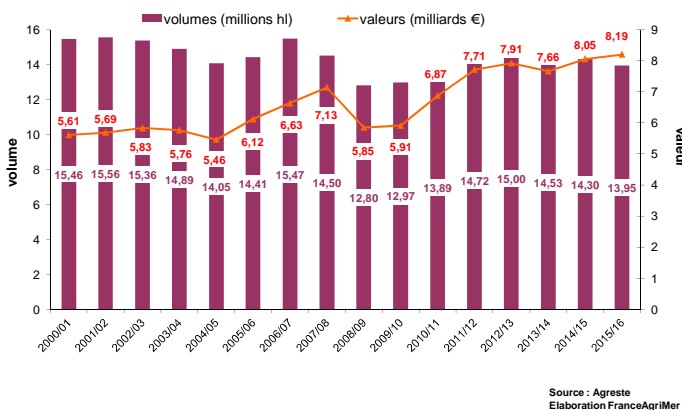


Par rapport aux deux dernières campagnes où les ventes de vins en bag in box affichent +4% en volume, ce sont les vins étrangers qui progressent le plus dans ce segment (+91 %), suivis des VSIG UE (+61 %).

Commerce extérieur

Les exportations françaises de vins Bilan campagne 2015/2016

Les exportations françaises de vins Bilan campagne

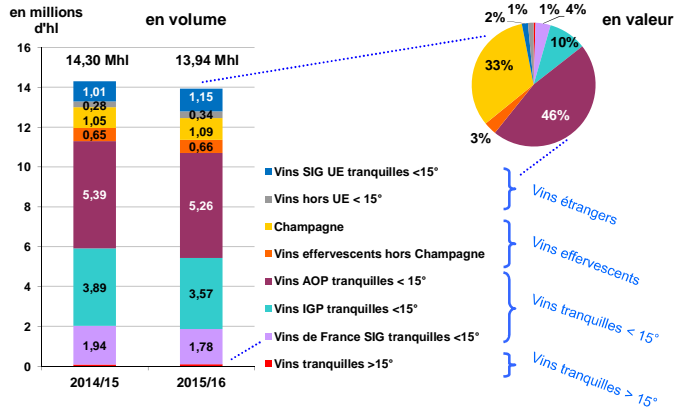


Par rapport à la campagne passée, les exportations françaises de vins reculent légèrement en volume à -3 %, mais progressent en valeur à +2 %. Les volumes exportés d'août 2015 à juillet 2016 atteignent ainsi 13,95 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires record de 8,19 milliards d'euros.

Les exportations françaises par catégorie

En volume, seuls les vins effervescents et les vins étrangers progressent à l'export. La baisse globale des exportations est en partie due au manque de disponibilités causé par des années de faibles récoltes.

Les exportations françaises de vins par catégorie Bilan campagne 2015/2016



Source : Douanes françaises
Elaboration FranceAgriMer

En valeur, la campagne 2015/2016 a été marquée par une hausse des exportations sur les catégories des vins effervescents (+6 %) et surtout des vins étrangers réexportés (+14 % pour les VSIG UE et +24 % pour les vins hors UE). A l'inverse, les exportations ont reculé en valeur pour les IGP (-4 %), les Vins de France SIG (-3 %) et les AOP (-1 %).

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

Effervescents

- Champagne, 8 % en volume, 33 % en valeur ;
- Autres effervescents, 5 % en volume, 3 % en valeur ;

Vins tranquilles < 15°

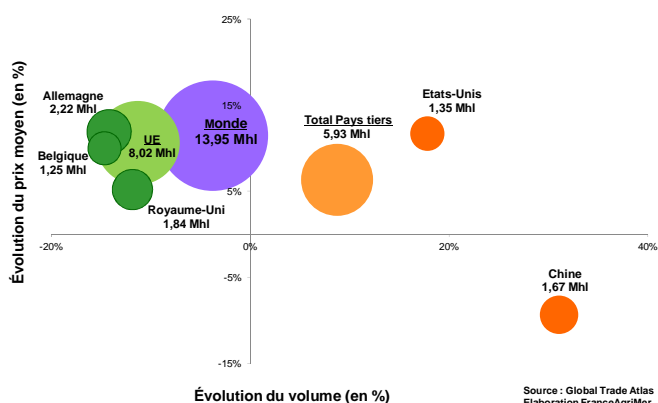
- AOP, 38 % en volume, 46 % en valeur ;
- IGP, 26 % en volume, 10 % en valeur ;
- Vins de France SIG, 13 % en volume, 4 % en valeur
- Vins SIG UE, 8 % en volume, 2 % en valeur
- Vins hors UE, 2 % en volume, 1 % en valeur

Les exportations françaises par destination

Pour la campagne 2015/2016, les exportations françaises de vins vers les pays de l'UE reculent en volumes rapport à la moyenne quinquennale, notamment vers les principales destinations : l'Allemagne (-14 %), le Royaume-Uni (-12 %) et la Belgique (-15 %). A l'inverse, elles sont en progression vers les pays tiers (+9 %), et tout particulièrement vers la Chine (+31 %).

L'Allemagne reste le premier marché en volume des vins français à l'export avec 16 % de part de marché, devant le Royaume-Uni (13 %), la Chine (12 %), les Etats-Unis (10 %) et la Belgique (9 %).

Les exportations françaises de vins par destination Bilan campagne 2015/2016 vs moyenne 5 ans

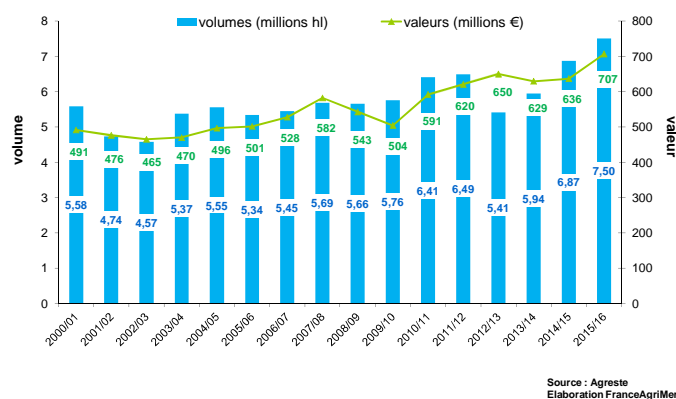


Le Royaume-Uni n'apparaît plus comme le premier marché pour les vins français en valeur (14 % de part de marché). Toutefois, les vins français exportés vers ce marché ont été mieux valorisés en 2015/2016, ce qui n'a pas suffi à maintenir les exportations en valeur vers cette destination (-7 %). Désormais, les Etats-Unis deviennent le premier marché des exportations françaises de vins en valeur avec 1,35 milliard d'euros d'exportations sur août-juillet 2015/2016 (16 % de part de marché en valeur).

En terme de valorisation, le prix moyen des exportations a nettement augmenté au global (+11 % vs moyenne 5 ans), tout particulièrement vers les Etats-Unis où le prix moyen a frôlé les 10 €/litre (+12 % vs moyenne 5 ans). La forte présence du Champagne dans les importations américaines (12 % des volumes) et des vins tranquilles AOP (56 %) expliquent le haut niveau de prix moyen à l'export vers ce marché.

Les importations françaises de vins Bilan campagne 2015/2016

Les importations françaises de vins Bilan campagne

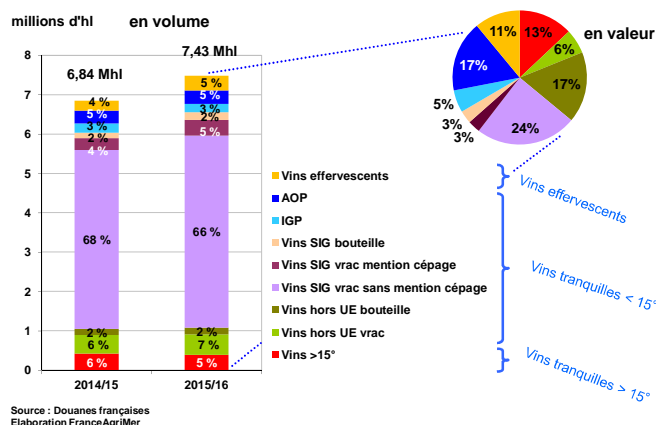


Les volumes de vins importés par la France ont significativement progressé sur la campagne 2015/2016 (+9 % vs la campagne précédente), cela fait suite à une campagne 2014/2015 déjà marquée par une forte hausse des volumes importés (+16 %). En valeur, les

importations françaises affichent une progression encore plus soutenue (+11 % vs la campagne précédente). Au final, sur l'ensemble de la campagne 2015/2016, les importations affichent un niveau jamais égalé tant en volume avec 7,50 millions d'hectolitres, qu'en valeur avec 707 millions d'euros.

Les importations françaises par catégorie

Les importations françaises de vins par catégorie Bilan campagne 2015/2016



Les importations françaises de vins sont avant tout constituées de vins en vrac. La France n'aura jamais eu autant recours aux importations de vins en vrac qu'au cours de cette dernière campagne. Ces dernières passent pour la première fois au-dessus de la barre des 6 millions d'hectolitres. Le manque de disponibilité en vin d'entrée de gamme français est en partie à l'origine de ce phénomène. La France a, en effet, de plus en plus de difficultés à satisfaire la demande en vins SIG à la fois sur son propre marché mais aussi sur ses marchés d'exportations. La majeure partie de ces volumes importés 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 la campagne 2015/2016.

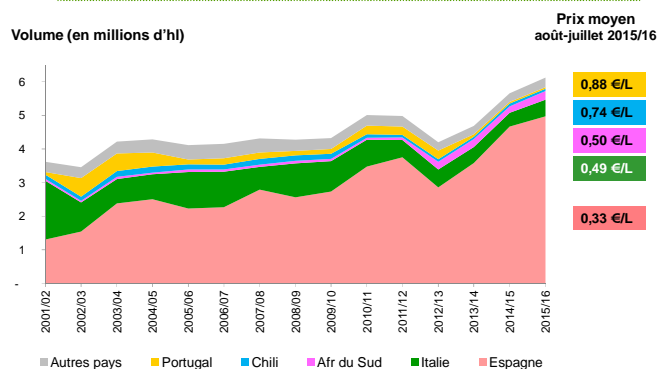
Loi derrière, la 2^{ème} catégorie de vins importés est le vin en vrac hors UE avec une part de marché de 7 % volume et 6 % en valeur. Les vins hors UE importés en bouteille sont bien valorisés, puisqu'ils représentent 17 % des valeurs pour seulement 2 % des volumes. C'est aussi le cas des vins AOP importés par la France (5 % 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 la campagne 2015/2016 montre une véritable montée en puissance de l'Espagne, au détriment de l'Italie, tout particulièrement pour les vins en vrac qui représentent l'essentiel des vins importés par la France (86 % des volumes). En effet, la part de marché de l'Espagne dans les importations de vins en vrac sur 2015/2016 est de 81 % contre 69 % en 2010/11 et seulement 36 % en 2001/02. L'origine Espagne domine surtout parmi les vins

en vrac SIG sans mention de cépage (90 % de part de marché en volume).

Les importations françaises de vins en vrac par provenance Bilan campagne de 2001/02 à 2015/16



Parmi les importations en vrac, en valeur, le poids de l'Espagne est plus modéré avec 69 % de part de marché en raison du segment importé (vins SIG en vrac à prix bas). En effet, sur la campagne 2015/2016, on relève un prix moyen à l'import des vins en vrac en provenance d'Espagne à seulement 0,33 €/litre, contre 0,49 €/litre pour ceux en provenance d'Italie ou 0,50 €/litre pour ceux en provenance d'Afrique du Sud.

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