

Note de conjoncture

> Analyse économique de la filière Vins de FranceAgriMer



• décembre 2011

Marchés à la production vrac

	Volumens*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG)	↗ (+29%)	↗ (+13%)	↗ (+76%)
Vins de France (SIG) cépage	↗ (+147%)	↗ (+99%)	↗ (+42%)
Vins de France IGP	↘ (-36%)	↘ (-28%)	↘ (-30%)
Vins de France IGP cépages	↘ (-46%)	↘ (-60%)	↘ (-39%)
Vins de France AOC	ns	ns	ns

(*) Évolution des échanges cumulés par rapport à 4 mois de campagne 2010/11 pour les VSIG et les IGP. Données AOC non significatives.

	Prix*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vin de France (SIG)	↗ (+12%)	↗ (+3%)	↗ (+13%)
Vin de France (SIG) cépage	↘ (-3%)	↗ (+10%)	↗ (+42%)
Vins de France IGP	↗ (+13%)	↗ (+10%)	↘ (-5%)
Vins de France IGP cépages	↗ (+12%)	↗ (+13%)	= (+0%)
Vins de France AOC	ns	ns	ns

(*) Évolution des prix moyens pondérés par rapport à 4 mois de campagne 2010/11 pour les VSIG et les IGP. Données AOC non significatives.

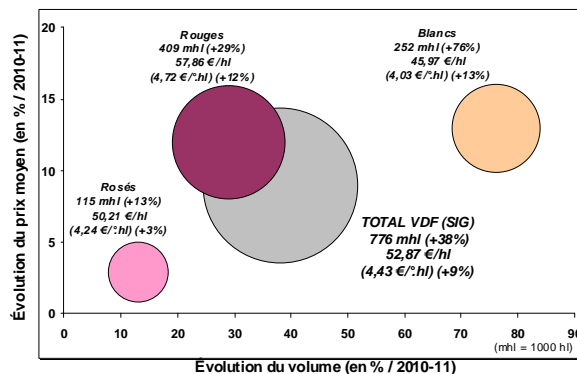
Source : contrats d'achat FranceAgriMer/InterOcé/IVSO et organisations interprofessionnelles AOC.

Avec la fin de la période habituelle des négociations commerciales de début de campagne, les marchés vrac des différentes catégories de vins continuent de s'activer lentement. Malgré un léger démarrage de l'activité, les volumes de transactions à 4 mois de campagne 2011-2012 accusent donc encore un retard important par rapport à l'année dernière avec des prix qui se maintiennent à des niveaux supérieurs à ceux du début 2010-2011 en dépit de quelques corrections baissières.

Marché Vin de France sans Indication Géographique

Fin novembre 2011, le marché Vin de France sans Indication Géographique apparaît pour l'instant comme le marché le plus précoce et le plus actif avec des ventes cumulées qui s'élèvent, toutes couleurs confondues, à 776 000 hl depuis le début de la campagne, soit 38% de plus que ce qui avait été commercialisé l'année dernière à cette même période.

FranceAgriMer Transactions vrac Vins de France sans IG* en 2011-2012



Ventes en vrac à 17 semaines de campagne 2011/2012 (fin novembre 2011)
 Source : Contrats d'achat FranceAgriMer
 ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER
 (*) avec cépages = 29% des volumes.

Cette augmentation de l'activité résulte pour une bonne part de la progression des échanges du segment des vins mentionnant un cépage (224 000 hl cumulés depuis

le mois d'août dernier ; +80 % / à fin novembre 2010), notamment en rouge et en rosé. L'activation des transactions de vins sans IG sans mention de cépage (551 000 hl cumulés depuis le début de la campagne) est par contre moins importante avec des ventes cumulées qui ne progressent que de 26% par rapport au début de la campagne 2010-2011 sous l'effet d'un retard de commercialisation des vins rouges/rosés et d'une avancée sur les blancs.

En liaison avec la baisse observée sur les stocks de vins sans IG, les échanges de ce début de campagne portent pour une bonne part sur des vins de la nouvelle récolte qui représentent pour l'instant 70 % des transactions enregistrées. Cette proportion est un peu plus importante pour les rouges et les rosés qui comptent pour 74% des échanges, tandis que les blancs du millésime 2011 représentent 62 % des ventes.

A fin novembre 2011, les cours moyens des vins sans IG sont toujours supérieurs à ceux de l'année dernière à cette même période de la campagne, soit 56,18 €/hl (+10% / à fin novembre 2010) en rouges/rosés et 45,97 €/hl (+13%) en blanc.

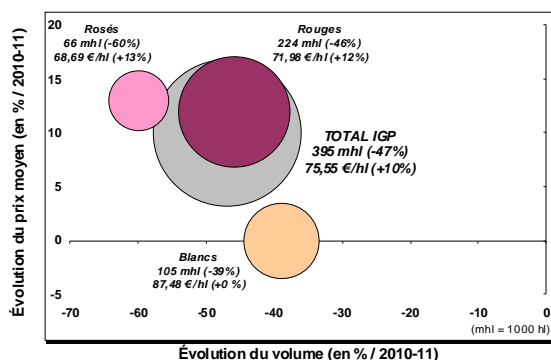
Dans le détail des segments et des couleurs, on observe cependant une légère baisse du prix moyen des vins sans IG mentionnant un cépage rouges/rosés (60,55 €/hl ; -1% / à novembre 2010) et du cours des vins sans IG sans cépage blancs (39,65 €/hl de moyenne ; -2%). Le prix des vins rouges/rosés sans cépage (54,61 €/hl ; +11%) et celui des blancs avec mention de cépage (58,10 €/hl ; +42%) restent par contre plus élevés que ceux du début de la campagne 2010-2011.

Marché Vins de France à Indication Géographique Protégée

vente, le marché des vins de France à Indication Géographique Protégée reste pour sa part relativement peu actif avec des volumes hebdomadaires le plus souvent inférieurs aux volumes commercialisés sur le début de la campagne précédente.

Fin novembre 2011, les ventes cumulées de ces vins toutes couleurs confondues ne s'élèvent donc pour l'instant qu'à 744 000 hl, soit un retard de 33% par rapport au début de la campagne 2010-2011. Cette baisse touche plus particulièrement le segment des vins mentionnant un cépage (395 000 hl ; -47 % / à fin novembre 2010), sous l'effet de l'attentisme notable des opérateurs sur les transactions de l'IGP Pays d'Oc en rouges/rosés (267 000 hl ; -51% / à fin novembre 2010) et, à un moindre degré, le segment des vins ne mentionnant pas de cépage (348 000 hl ; -2%).

FranceAgriMer
Transactions vrac Vins de France IGP* avec mention de cépage en 2011-2012



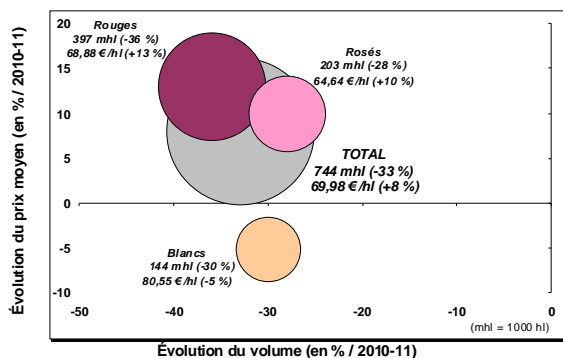
Ventes en vrac à 17 semaines de campagne 2011/2012 (fin novembre 2011)
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer/ InterOc/lvso (*) IGP Pays d'Oc = 90% des volumes.
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

A ce stade de la campagne, les statistiques de vente qui peuvent être établies restent donc largement influencées par la commercialisation des vins de la récolte 2010 avec des prix moyens rouges/rosés (67,44 €/hl ; +12% / à fin novembre 2010) qui sont supérieurs à ceux de 2010-2011 à cette même date. Les cours en blanc (80,55 €/hl ; -5%) sont par contre en légère baisse par rapport à l'année dernière sous l'effet du recul des cours des vins sans mention de cépage (61,88 €/hl ; -11% / à fin novembre 2010).

Marché Vins de France d'Appellation d'Origine Contrôlée

Compte tenu du nombre encore normalement réduit des transactions sur le marché vrac des vins de France d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC-AOP), l'activité commerciale observée sur ces vins est encore insuffisante pour pouvoir dégager une évolution significative des volumes de vente et des prix de ces vins par rapport à la campagne précédente. De premières tendances devraient toutefois être disponibles pour le début de l'année 2012.

FranceAgriMer
Transactions vrac Vins de France IGP* en 2011-2012



Ventes en vrac à 17 semaines de campagne 2011/2012 (fin novembre 2011)
(*) IGP Pays d'Oc = 51% des volumes.
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer/ InterOc/lvso
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Compte tenu des négociations commerciales qui ont pu avoir lieu jusqu'à présent et des volumes réduits des vins du nouveau millésime qui ont donc été mis à la

Consommation

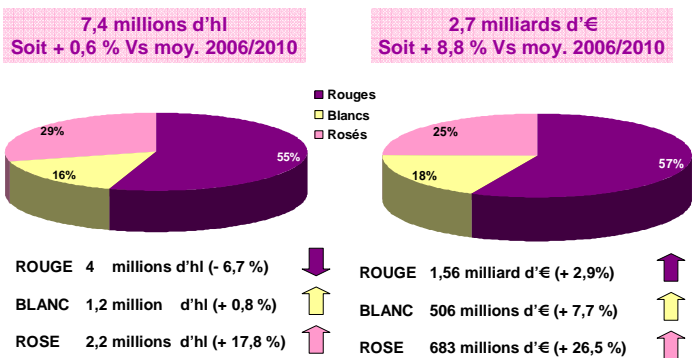
Les ventes de vins tranquilles en grande distribution du 3 janvier au 9 octobre 2011 (p1/p10).

Entre le 3 janvier et le 9 octobre 2011 (périodes P1 à P10), les vins tranquilles commercialisés en grande distribution ont représenté 7,4 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 2,7 milliards d'euros. Comparés à la moyenne 5 ans, ces résultats reflètent une hausse des ventes de 0,6 % en volume et de 8,8 % en valeur.

Ces évolutions s'inscrivent dans un contexte d'augmentation du prix moyen de vente de 9 % par rapport à la moyenne 5 ans, soit 3,73 €/litre.



Le marché des vins tranquilles en GD par couleur du 3 janvier au 9 octobre 2011 (P1/P10) Vs moyenne 2006/10



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Si la part de marché volume des vins rouges reste prédominante, à 56 %, les ventes de cette couleur de vin tranquille, soit 4 millions d'hectolitres, reculent de 6,7 % par rapport à la moyenne 5 ans. Ce repli est cependant compensé par un prix moyen de vente en augmentation de 11,7 % vs moyenne 2006/10 (soit 3,86 €/litre) qui génère un chiffre d'affaires de 1,56 milliard d'euros (+ 2,9 % Vs moyenne 5 ans).

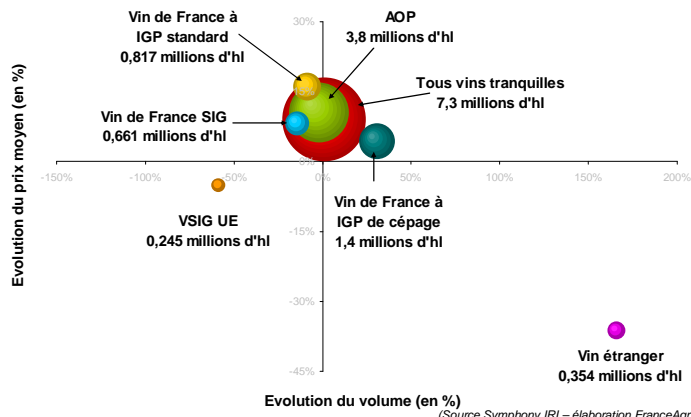
Les ventes de vins blancs (16 % de PDM volume) augmentent de 0,8 % en volume par rapport à 2006/10 soit 1,2 million d'hectolitres pour un résultat de 506 millions d'euros (+ 7,7 vs moyenne 5 ans).

Les vins rosés (29 % de PDM volume) continuent à orienter le marché des vins tranquilles à la hausse, avec 2,2 millions d'hectolitres vendus en grande distribution entre le 3 janvier et le 9 octobre 2011, soit une augmentation de 17,8 % en volume, pour un résultat correspondant de 683 millions d'euros (+ 26,5 % Vs moyenne 5 ans).

En termes de catégories, seules les ventes des vins de France à IGP de cépage (18 % de PDM volume) et celles des vins étrangers (5 % de PDM volume) progressent en volume, respectivement de 30,9 % et de 166 %, par rapport à la moyenne 2006/2010.



Évolution des ventes de vins tranquilles en GD par catégorie du 3 janvier au 9 octobre 2011 (P1/P10) Vs moyenne 2006/10



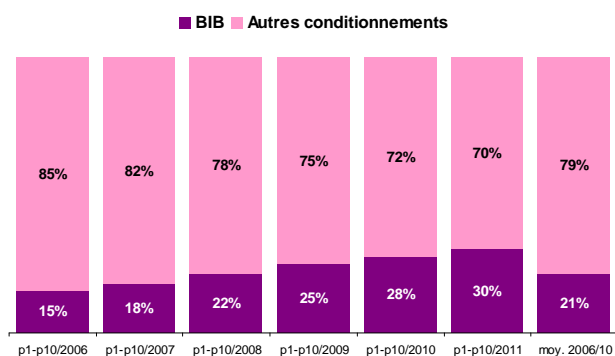
(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

S'agissant des autres catégories, leurs ventes enregistrent des baisses en volume de 2,2 % pour les AOP, de 8,9 % pour les vins de France à IGP de cépage, de 14,6 % pour les vins de France sans IG et de 59 % pour les vins sans IG en provenance de l'union européenne.

Côté Bag in box, la tendance reste à la croissance avec 2,2 millions d'hl de vins tranquilles commercialisés en GD entre le 3 janvier et le 9 octobre 2011 et un chiffre d'affaires de 527 millions d'euros, soit + 42,4 % en volume et + 50,1 % en valeur par rapport à la moyenne 2006/10, au prix moyen de vente de 2,35 €/litre.



Évolution de la part de marché volume du Bag in Box dans les ventes de vins tranquilles en GD



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

La part de marché volume du bag in box dans les ventes de vins tranquilles en grande distribution atteint désormais 30 %.