

Viticultures

> La note d'information du délégué de la filière Vins de FranceAgriMer



• numéro 08 / 06 juillet 2010 /

Prévisions de récolte

47,3 millions d'hectolitres au 1^{er} juillet.

• Selon les premières prévisions établies au 1er juillet par le SSP, la récolte 2010 s'élèverait à 47,3 millions d'hectolitres. Elle serait légèrement en dessous de la moyenne des cinq dernières années (- 1 %) mais un peu supérieure à la récolte 2009 (+1 %). Toutes les catégories de vins avec Indication Géographique (qui incluent les vins AOP et IGP), hormis les autres vins (qui incluent les vins sans IG), verraient leur production progresser par rapport à 2009.

La production en vins d'appellation serait supérieure à celle de l'an passé de 1 %. Les vins pour eaux-de-vie AOP (incluant le Cognac et l'Armagnac) avec 8 % de gain par rapport à 2009, retrouveraient un niveau moyen. Les vins en IGP augmenteraient de 4 % par rapport à l'année dernière. En revanche, pour l'heure, les autres vins resteraient en-deçà de la moyenne quinquennale. Ces derniers comprennent entre autres les volumes au-dessus des plafonds d'appellation et les vins sans IG. Il convient de rappeler qu'il s'agit de premières prévisions, exercice difficile à ce stade précoce de développement de la vigne, en raison des aléas climatiques qui peuvent affecter les vignobles et des problèmes sanitaires qui pourraient survenir depuis la présente note jusqu'aux vendanges. Pour mémoire, la récolte nationale 2009 avait retrouvé un niveau conséquent par rapport à 2008 grâce à des conditions climatiques clémentes en général. Le millésime avait été annoncé comme excellent.

Pour en savoir plus :

<http://www.agreste.agriculture.gouv.fr>

ALLEMAGNE

Un marché en mutation où les vins français sont de retour...

A L'OCCASION DE LA REUNION DU GROUPE DE TRAVAIL DU CONSEIL SUR LA PROMOTION DES VINS, LES EQUIPES DE SOPEXA ALLEMAGNE ONT PRESENTE LE MARCHÉ DES VINS DANS CE PAYS ET LES DIFFÉRENTES ACTIONS DE PROMOTION MISES EN ŒUVRE POUR LES VINS FRANÇAIS

Un marché en pleine mutation...

Longtemps considéré par les opérateurs français comme un marché non prioritaire, le marché allemand reste pourtant un débouché incontournable pour la viticulture française (en 2009, premier en volume et 3ème en valeur). Au début des années 2000, l'arrivée de nombreuses origines (Italie, Espagne, Nouveau Monde..) a eu pour conséquence une redistribution des parts de marché et une rationalisation des assortiments défavorable aux vins français.

Ainsi, alors que la consommation de vin (+ 7%) et les importations (+20%) ont progressé depuis le début des années 2000, les vins français avaient perdu un tiers de leurs exportations en volume.

Mais bonne nouvelle : depuis 2007, les vins français regagnent du terrain alors que l'Italie et la majorité des pays du Nouveau Monde reculent. Cette reprise des vins français est due à l'adaptation progressive des produits français et des services aux besoins du marché, soutenue par la forte évolution des comportements de consommation des Allemands. Le portrait de l'Allemagne d'aujourd'hui n'est plus comparable avec celui des années passées. C'est actuellement l'un des marchés européens le plus stable avec un potentiel de développement intéressant pour les vins français

Un consommateur à la recherche du plaisir

Le temps où les Allemands buvaient majoritairement de la bière est révolu. Preuve en est : depuis 2001, les dépenses pour les vins tranquilles sont en tête des dépenses pour les boissons alcoolisées. La consommation de vin n'a cessé d'augmenter ces 10 dernières années, le vin rouge étant la couleur préférée des Allemands avec une PDM de 55%. En 2009, les Allemands ont bu en moyenne 24 litres de vins tranquilles et effervescents par tête. Et le marché allemand devrait continuer à progresser.

Rappel date limite dépôt des dossiers « arrachage »

Erreur de dates dans AGRA

• Nous souhaitons vous signaler qu'une petite « erreur » s'est glissée dans l'édition AgraFil du mercredi 23 juin dernier concernant la prime communautaire à l'arrachage définitif de vigne. En effet, AgraFil fait référence au communiqué de presse de FranceAgriMer en signalant que "la date limite de dépôt des dossiers est fixée au 19 juillet." Cette date correspond en fait à la date de début de dépôt et non de fin de dépôt. Comme cette information pourrait être reprise dans de nombreuses éditions régionales, nous vous rappelons que la **date limite de fin de dépôt des dossiers est fixée au 31 août 2010**

Distillation de crise 2009-2010

Note aux opérateurs

• Suite à la décision d'ouvrir une mesure de distillation de crise, FranceAgriMer a adressé aux différentes organisations professionnelles une note aux opérateurs présentant les modalités d'engagements de distillation et d'octroi d'une aide aux distillateurs destinée à soutenir la réalisation des opérations de distillation et le paiement du prix d'achat des vins d'AO Muscadet et des vins blancs sans indication géographique produits dans le bassin viticole du Sud Ouest livrés par les producteurs.

Pour tous renseignements : unité OCM vitivinicole « Aides Marché » à Libourne (tel : 05.57.55.20.00) ou services territoriaux de FranceAgriMer

AGENDA

> 8 juillet : Bruno Le Maire reçoit la filière viticole au ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche

> 21 juillet : Conseil Spécialisé de la filière viticole (toute la journée)

> 22 juillet : Groupe de travail du conseil sur les rendements VSIG

> 1^{er} septembre : 2^{ième} réunion du Groupe de travail du Conseil Spécialisé sur la maquette budgétaire du programme national

Une distribution atomisée et pleine d'opportunités

La Grande Distribution (discount inclus) domine le marché du vin en Allemagne. Selon les chiffres GfK, 73% des volumes sont achetés en GD. Malgré le contexte économique défavorable, les études AC Nielsen donnent pour la GD une progression du chiffre d'affaires vin de 5 % en 2008 et de 2,2% en 2009. D'après les experts de Nielsen, il s'agit d'une vraie montée en gamme qui n'est pas seulement la conséquence d'une augmentation des prix : les Allemands achètent mieux. La GD résiste donc bien à la crise et le potentiel du marché est encore loin d'être épuisé.

Le circuit traditionnel représente 8% des ventes de vin en volume mais 15% en valeur. Le prix moyen de vente est de 8 €. Malgré une forte pression de la GD, la part de ce circuit se maintient grâce à un fort dynamisme avec l'organisation d'animations et d'événements originaux et surtout un service conseil élevé. Ce circuit est une formidable plateforme pour des produits de qualité et des promotions créatives valorisant l'image sur le long terme. Avec plus de 4.600 cavistes (dont plus de 4.000 indépendants) et une soixantaine d'importateurs/grossistes, il demande par contre de multiplier les efforts pour toucher un nombre représentatif d'acteurs.

La part en volume du CHR en Allemagne est estimée à 18%. C'est actuellement le seul circuit vraiment en difficulté avec des répercussions sur les grossistes concernés, cash & carry inclus.

La France est de retour...

Dans un contexte, où les consommateurs recherchent des valeurs sûres, les Allemands reviennent vers les vins français. Après 5 ans de recul, la part de marché des vins français s'améliore constamment depuis fin 2007. En 2008, le panel AC Nielsen a recensé une croissance dans la distribution de 4.2% des ventes de vins tranquilles français en volume et de 4.9% en valeur. Cette bonne performance s'est poursuivie en 2009 avec une nouvelle croissance en volume de 4,7 %. La France se positionne avec 14,3% de part de marché en deuxième position après les vins allemands et a doublé pour la première fois depuis des années les vins italiens. Les plus belles performances en GD sont à mettre sur le compte des vins rosés (+36,5%) et des vins rouges (+4%). Les vins blancs, fortement concurrencés par les Allemands, les Autrichiens et les Italiens ne suivent par contre pas la dynamique du marché.

L'offre française redevient attractive pour les opérateurs du marché allemand...mais notre position reste fragile !



La campagne générique « Vins de France » en Allemagne s'achève.

L'objectif premier de cette campagne triennale (2007-2010) était de redonner envie et des raisons aux consommateurs et aux professionnels de choisir de nouveau les vins français. Avec un positionnement légitime « *les vins français sont créateurs de plaisirs toujours renouvelés* » et d'une promesse aux consommateurs « *le choix d'un vin français devient une chose simple, naturelle et sans risque* ». Deux axes : une campagne publicité sur un seul afin de changer la perception d'image des vins français (5,24 millions de contacts – élue meilleure campagne publicitaire – entrée dans le Top 10 des annonceurs en 2007-2008) puis un travail important avec les relais « presse professionnelle et grand public » (encartage d'un magazine de 32 pages, info-rédactionnels, partenariats presse spécialisée – présences sur les salons (ProWein, salons culinaires) forum de dégustation, ateliers de cuisine et events, site internet).



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Viticultures est une publication de la direction Animation des filières de FranceAgriMer. Responsable de publication : **Éric Rosaz**. Copyright : tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de FranceAgriMer. Clause de non-responsabilité : la délégation « Vins » s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés.

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

www.franceagrimer.fr