

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



• Avril 2016

Marchés à la production vrac 2015-16

2015/16	Volumes cumulés depuis le début de la campagne*		
en 1000 hl	Rouges	Rosés	Blancs
Total Vins de France (SIG)	830 (-14 %)	188 (-45 %)	703 (-7 %)
Vins de France (SIG) de cépages	339 (-6 %)	54 (-60 %)	418 (+3 %)
Total IGP	3 552 (+11 %)	1 867 (-20 %)	1 608 (+8 %)
IGP de cépages	2 774 (+16 %)	1 147 (-15 %)	1 405 (+13 %)
AOC	↗	↘	↘

2015/16	Prix moyens depuis le début de la campagne*		
en €/hl	Rouges	Rosés	Blancs
Total Vins de France (SIG)	77,11 (+2 %)	78,03 (-3 %)	86,13 (-1 %)
Vins de France (SIG) de cépages	83,41 (+3 %)	83,08 (-1 %)	92,75 (-1 %)
Total IGP	90,66 (+4 %)	89,60 (+0 %)	106,08 (+3 %)
IGP de cépages	93,08 (+5 %)	88,78 (-2 %)	108,30 (+3 %)
AOC	↗	=	↗

(*) Évolutions par rapport à 35 semaines de campagne 2014/15 pour les IGP et VSIG, 30 semaines pour les AOC.

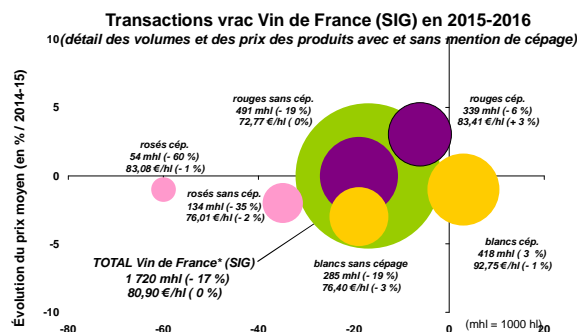
Marchés à la production

D'après les données des contrats d'achat à fin mars 2016, les transactions en vrac reculent par rapport à la campagne 2014-15 pour l'ensemble des couleurs en vins de France sans IG (-19 %). 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 hausse 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.

Marché Vins de France (SIG)

Le marché des vins de France (SIG) reste sur une dynamique faible en 2015-2016 avec des volumes de transactions en retrait notamment dans le Languedoc Roussillon. En cumul à fin mars, le total des échanges de Vins de France (SIG) s'élève à 1,7 million d'hectolitres, soit une baisse de 17% par rapport à 2014/2015. Cette baisse porte sur les trois couleurs.



(*) Vin de France (SIG) avec cépages = 47 % des volumes

Évolution du volume (en % / 2014-15)
Ventes en vrac à 35 semaines de campagne 2015/2016 (fin mars 2016)

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

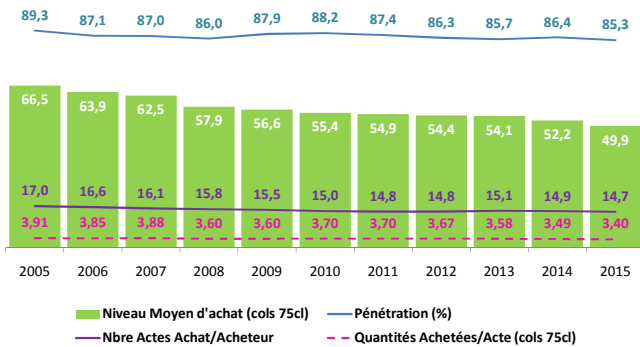
53 % des ventes concernent des vins vendus sans mention de cépage ce qui représente 910 milliers d'hl (soit -22 % par rapport à la campagne précédente) répartis en 491 milliers d'hl de rouges (-19 %), 285 milliers d'hl de blancs (-19 %) et 134 milliers d'hl de rosés (-35 %).

Consommation

Achats de vins tranquilles par les ménages français pour leur consommation à domicile – Bilan 2015 (source KANTAR)

D'après les données fournies par Kantar, près de 85,3% des ménages français ont acheté du vin tranquille pour leur consommation à domicile en 2015, soit environ 23,5 millions de ménages acheteurs sur la période.

Vin tranquille : évolution des achats des ménages



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Si ce taux de pénétration traduit une perte globale d'acheteurs par rapport à 2014 (-1,3 %) et à la moyenne quinquennale (-1,7 %), ce sont essentiellement les vins rouges et blancs qui sont touchés, et, en termes de catégories, les vins de France sans IG (-14,2% vs 2014) et les AOP (-3,2 % vs 2014).

Moins nombreux, les acheteurs de vins tranquilles ont également diminué leur fréquence d'achat à 14,7 actes annuels (-1,7 % vs 2014 et -1,6 % vs 2010/14), toutes couleurs et catégories confondues, exception faite des vins sans IG de l'UE (5,47 actes soit +10 % vs 2014) et des vins étrangers (2,83 actes soit +2,2% vs 2014).

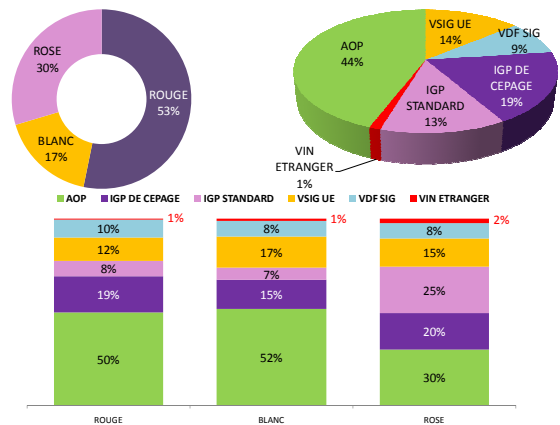
S'agissant du panier moyen (3,4 cols par acte d'achat), il baisse de 2,7 % vs 2014 et de 6,3 % vs 2010/14. Pour cet indicateur, seuls les IGP standard et les VSIG UE progressent par rapport à l'an passé, respectivement de 0,7 % (3,6 cols) et de 3,1 % (3,3 cols).

En 2015, le niveau moyen d'achat du vin tranquille recule de 4,3 % vs 2014 et de 7,8 % vs 2010/14, pour s'établir à 49,9 cols annuels. Seuls, à contre courant, les VSIG UE progressent de 13,4 % vs 2014 et de 15,5 % vs 2010/14, à 18,3 cols/an.

Le prix moyen d'achat (2,63 €/col) augmente quant à lui de manière transversale, de 3,6 % vs 2014 et de 6,8 % vs 2010/14.

La couleur rouge reste prédominante dans les achats de vin tranquille (53 % de PDM volume), avant les rosés (30%) et les blancs (17%). Par catégories, les AOP (44 %) précèdent les IGP standard (13%), les IGP de cépage (19 %), les VSIG UE (14 %), les vins de France SIG (9 %) et les vins étrangers (1 %).

Achats de vins tranquilles en 2015
Répartition en volume par couleurs & catégories

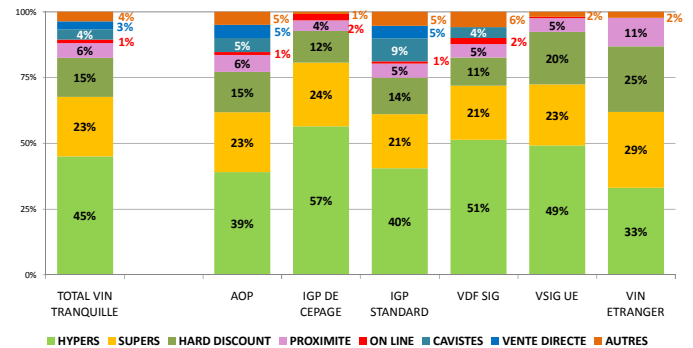


Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Par ailleurs, si la moitié des achats de vins rouges et blancs se rapporte aux AOP, ces derniers ne pèsent que 30 % dans les achats de vins rosés des ménages. Inversement, un quart des achats de vins rosés porte sur les IGP standard, catégorie pesant peu en vin rouge (8%) et blanc (7%).

En termes de circuits d'achats, la grande distribution reste largement plébiscitée par les ménages, juste avant les magasins de proximité. Toutefois, on note l'importance du hard discount dans les achats de vins étrangers (25 % de PDM volume) ou de VSIG UE (20%).

Poids des circuits dans les achats de vins tranquilles en 2015 (en volume)



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

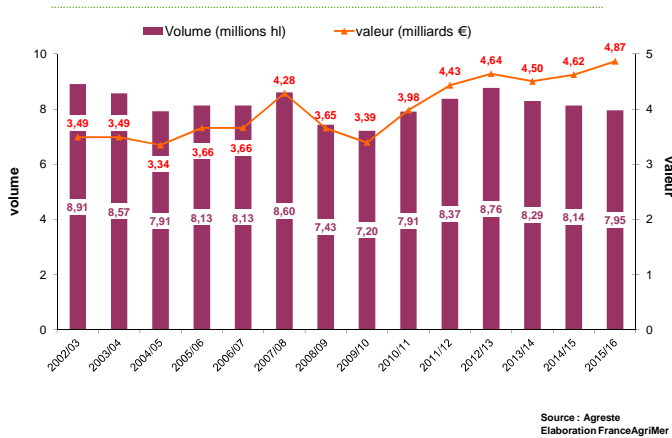
Le bag in box pèse pour 37 % en volume dans les achats de vin tranquille des ménages. Pour ce conditionnement, les IGP de cépage ont le taux de pénétration le plus élevé (13 %), mais en recul de 0,4 % vs 2014. Les VSIG UE, en revanche, avec 5,4 % de pénétration, enregistrent le plus fort recrutement d'acheteurs : +65 % vs 2014.

Par ailleurs, si en 2015 le cœur de clientèle du vin tranquille reste composé de ménages de plus de 50 ans de catégorie sociale moyenne inférieure, ces derniers, moins nombreux qu'en 2014, ont largement reporté leurs achats sur les VSIG UE, sur lesquels ils ont augmenté conjointement leur taux de pénétration, leur niveau moyen d'achat, leur fréquence d'achat et la taille de leur panier.

Commerce extérieur

Les exportations françaises de vins 7 mois de campagne 2015/2016

Les exportations françaises de vins
7 mois de campagne 2015/2016

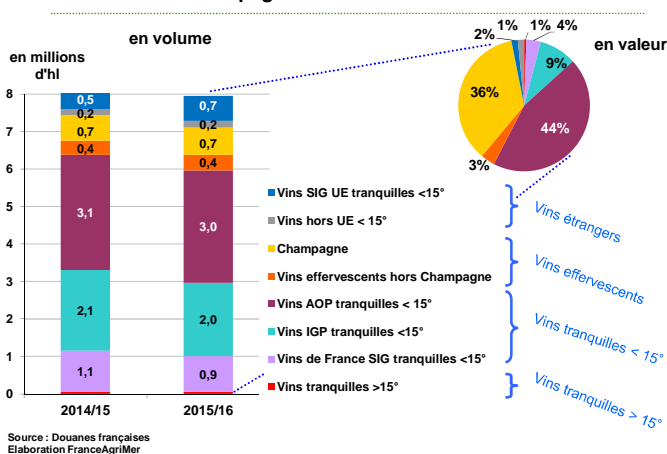


Par rapport aux 7 premiers mois de la campagne passée, les exportations françaises de vins reculent légèrement en volume à -2 %, mais progressent en valeur à +5 %. Les volumes exportés d'août 2015 à février 2016 atteignent ainsi 7,95 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires record de 4,87 milliards d'euros.

Les exportations françaises par catégorie

En volume, en dehors des vins effervescents, aucune catégorie de vins ne progresse à l'export, à l'exception des vins étrangers. Cette légère baisse des exportations est en partie due au manque de disponibilités causé par des années de faibles récoltes.

Les exportations françaises de vins par catégorie
7 mois de campagne 2015/2016



En valeur, les 7 premiers mois de la campagne 2015/2016 ont été marqués par une hausse des exportations sur la plupart des catégories, à l'exception des vins IGP qui ont vu leur valeur légèrement diminuer (-2 %) et des Vins de France SIG (-5 %). La progression

la plus notable a été observée pour les vins effervescents (+12 %). Les vins étrangers exportés ou réexportés sont aussi en progression (+24 % pour les VSIG UE et +21 % pour les vins hors UE).

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

Effervescents

- Champagne, 9 % en volume, 36 % en valeur ;
- Autres effervescents, 3 % en volume, 2 % en valeur;

Vins tranquilles < 15°

- AOP, 38 % en volume, 44 % en valeur ;
- IGP, 25 % en volume, 9 % en valeur ;
- Vins de France SIG, 12 % en volume, 4 % en valeur
- Vins SIG UE, 8 % en volume, 2 % en valeur

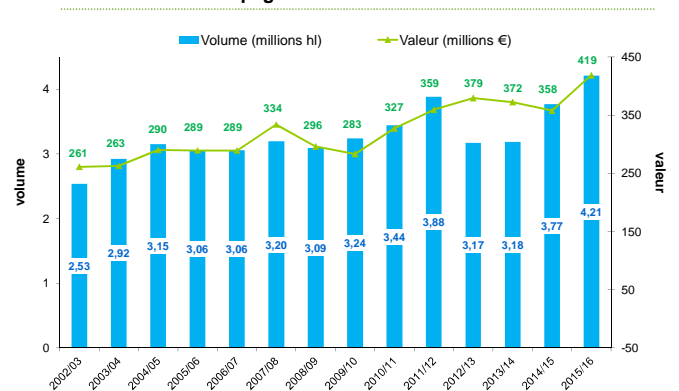
Les exportations françaises par destination

Pour les 7 premiers mois de la campagne 2015/2016, l'Allemagne reste le premier marché en volume des vins français à l'export. Néanmoins, comparées à l'an passé, les exportations françaises vers cette destination se réduisent à la fois en volume (-14 %) et en valeur (-13 %).

Le Royaume-Uni, qui était pour la même période 2014/2015 le premier marché pour les vins français en valeur, a importé moins de vins français en quantité. Toutefois, les vins français exportés vers ce marché ont été mieux valorisés en 2015/2016, ce qui a permis à la France d'augmenter malgré tout ses exportations en valeur. Désormais, les Etats-Unis deviennent la première destination des exportations françaises de vins en valeur avec 774,6 millions d'euros d'exportations sur août-février 2015/2016. Cette performance est essentiellement due à la forte progression des exportations de Champagne vers ce marché (+33 % en valeur vs août-février 2014/2015).

Les importations françaises de vins 7 mois de campagne 2015/2016

Les importations françaises de vins
7 mois de campagne 2015/2016



Les importations françaises de vins ont progressé sur la période allant d'août 2015 à février 2016 (+12 % vs la même période de la campagne précédente), cela fait suite à une campagne 2014/2015 déjà marquée par une forte hausse des volumes importés (+18 %). Au cours des 7 premiers mois 2015/2016, elles atteignent 4,21 millions d'hectolitres, leur plus haut niveau historique.

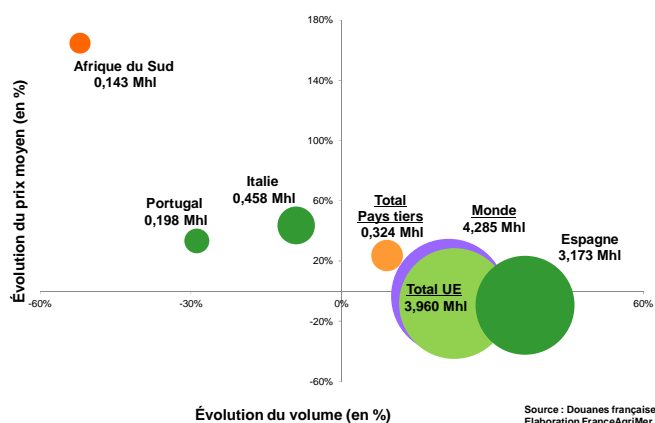
En valeur, les importations françaises, qui atteignent 419 millions d'euros, affichent une progression encore plus soutenue (+17 %).

Les importations françaises de vins sont avant tout constituées de vins en vrac. La majeure partie de ces volumes correspond à des vins en vrac sans indication géographique (SIG) et sans mention de cépage.

En volume, l'évolution des parts de marché des principaux pays fournisseurs du marché français sur 7 mois de la campagne 2015/2016 montre une véritable montée en puissance de l'Espagne, au détriment de l'Italie. Sa part de marché sur août-janvier 2015/2016 est de 74 % contre 60 % en 2010/2011. L'origine Espagne domine surtout parmi les vins SIG en vrac sans mention de cépage. En valeur, avec 33 % de part de marché, le poids de l'Espagne est bien plus modéré en raison du segment importé (vins SIG en vrac à prix bas).

Si l'on compare à la moyenne quinquennale, les importations totales de vins progressent en valeur mais à un prix moyen globalement en légère baisse.

Les importations françaises de vins par provenance Comparaison 7 mois de campagne 2015/2016 vs moyenne 5 ans



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