

FranceAgriMer

> Les synthèses de FranceAgriMer

mai 2015 • numéro **28**

VINS



VENTES ET ACHATS DE
VINS TRANQUILLES EN
2014



FranceAgriMer

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

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

www.franceagrimer.fr
www.agriculture.gouv.fr

Ventes de vins tranquilles en grande distribution

Précisions méthodologiques	p. 1
Introduction	p. 2
Le marché des vins tranquilles par couleur	p. 4
Le marché des vins tranquilles par catégorie	p. 7
Le marché des AOC	p. 9
Le marché des IGP	p. 12
Le marché des vins de France sans IG	p.17
Le marché des vins étrangers	p. 18
Les ventes en Bag in box	p. 20
Les ventes sous marques de distributeurs (MDD)	p. 21
Régionalisation des ventes de vins tranquilles	p. 22
Conclusion	p. 23
Annexes	p. 24

Achats de vins tranquilles pour la consommation à domicile

Précisions méthodologiques	p. 50
Données générales sur les achats des ménages	p. 52
Les vins par couleur	p. 54
Les achats d' AOC	p. 56
Les achats d'IGP	p. 58
Les achats de vins sans IG	p.59
Les achats de vins étrangers	p. 60
Régionalisation des achats des ménages	p. 61
Âge et statut financier des ménages	p. 62
Les achats par circuit d'approvisionnement	p. 64
Conclusion	p. 66
Annexes	p. 67

VENTES DE VINS TRANQUILLES EN GRANDE DISTRIBUTION EN 2014

Précisions méthodologiques

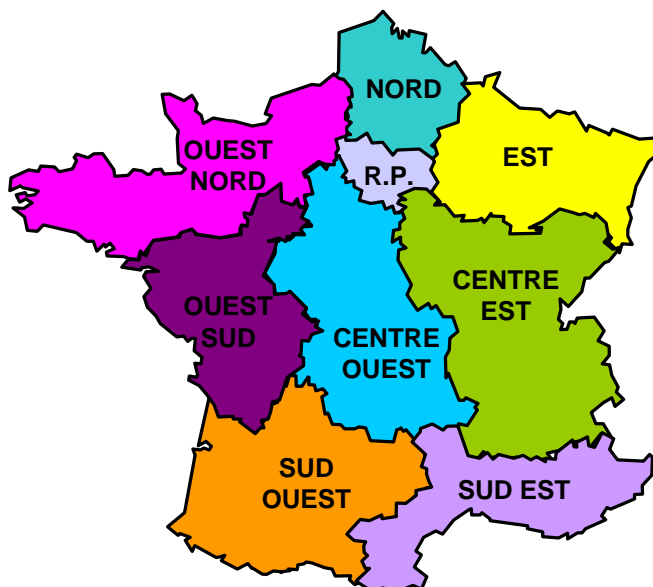
Nous présentons ici un bilan des ventes de vins tranquilles en grande distribution pour l'année 2014. Les résultats sont issus du panel INFOSCAN réalisé par la société IRI, à partir de l'enregistrement des sorties de caisses.

Le parc total des magasins suivis en infoscan census comprend 1 992 hypermarchés, 5 607 supermarchés et 2 022 magasins Hard Discount français (ED, DIA, MUTANT, LEADER PRICE, LEADER EXPRESS et NETTO).

Les informations sont recueillies par périodes de 4 semaines. Chaque période commence un lundi et se termine un dimanche. Une "année panel" (52 semaines) est ainsi composée de 13 périodes notées P1, P2,, P13.

L'année 2014 correspond aux 52 semaines comprises entre le 06/01/2014 et le 04/01/2015.

Définition des régions



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Les chiffres présentés dans cette note sont une estimation des ventes de vins tranquilles en grande distribution, et ne sauraient avoir un caractère d'exactitude au litre ou au centime d'euro près. Ceci nécessite un travail permanent de suivis, de mises à jour et de corrections des listes de produits (identification, volume, prix...) en fonction des codes à barres présents sur les emballages.

Ainsi, les données chiffrées présentées dans cette note sont susceptibles d'être réajustées ultérieurement en fonction des contrôles effectués par Symphony IRI.

Compte tenu du faible niveau de détail dans les données relatives au hard discount, le présent bilan se rapporte aux ventes de vins tranquilles en **hypermarchés et supermarchés** en 2014.

Les évolutions des ventes peuvent aussi être le reflet de la disponibilité des vins de chaque région (récolte forte ou faible).

Ce panel est cofinancé par FranceAgriMer et le CNIV.

Introduction

En 2014, et hors hard discount, la grande distribution se compose d'un parc de 5 607 supermarchés et de 1 992 hypermarchés.

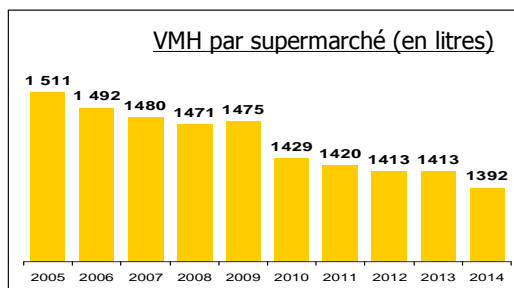
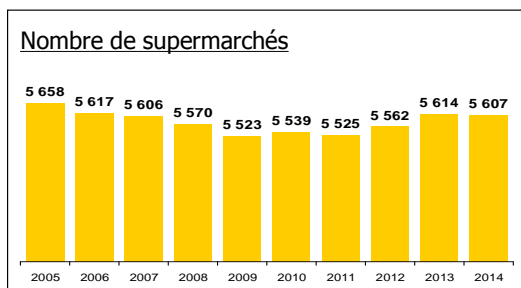
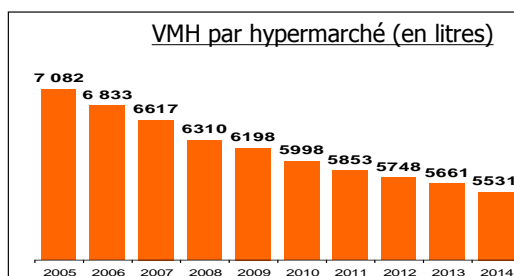
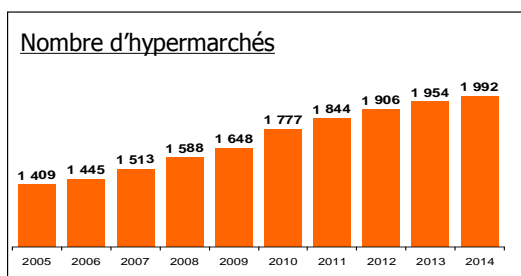
Au sein du rayon liquide de ces circuits, les vins tranquilles pèsent pour 8,6 % en volume. En valeur, avec une part de marché de 22,5 % (+ 2,5 % vs 2013), ils se placent en seconde position, derrière les alcools et apéritifs.

En 2014, les vins tranquilles bénéficient de la meilleure progression en linéaire moyen (ou visibilité à la référence) (+ 7,2 %) ; cependant, leur offre progresse moins vite que celle des autres catégories liquides.

Par ailleurs, on observe un recul des opérations promotionnelles sur les vins tranquilles depuis deux ans. Elles restent toutefois plus élevées qu'au total PGC (produits de grande consommation).



Évolutions du parc et des ventes moyennes hebdomadaires (VMH) par magasin



(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

En hypermarchés, les ventes de vins tranquilles représentent 5,7 millions d'hectolitres (59 % de PDM volume) pour une valeur correspondante de 2,4 milliards d'euros (60 % de PDM valeur). Dans ce circuit, où les ventes se stabilisent en volume (+ 0,1 %) et progressent de 2,7 % en valeur vs 2013, le prix moyen de vente s'établit à 4,27 €/litre (+ 2,6 % vs 2013).

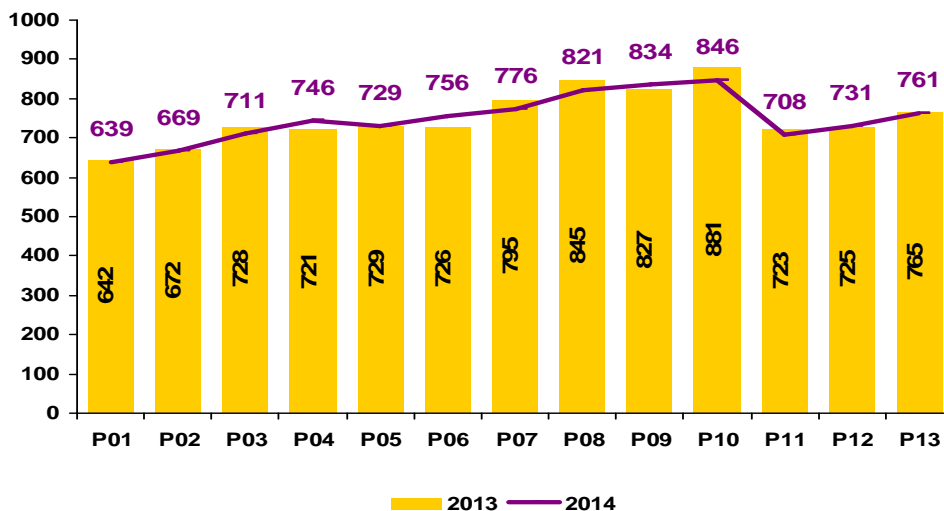
En supermarchés, les ventes de vins tranquilles représentent 4 milliards d'hectolitres (-1,6 %) pour un chiffre d'affaires de 1,6 milliard d'euros (+ 2,3 %) au prix moyen de 4,07 €/litre (+ 3,9 %). Le prix moyen de vente du vin tranquille dans ce circuit s'établit à 4,07 €/litre, soit + 3,9 % vs 2013.

En 3 ans, le rayon vin tranquilles des hypermarchés s'est agrandi de 9,4 mètres de linéaires et de 20,6 références en moyenne. En supermarchés, après un retrait entre 2012 et 2013, le linéaire a progressé de 4,7 mètres en moyenne et de 10,2 références.

Évolution des ventes de vins tranquilles en grande distribution

VOLUME 2014 = 9,7 millions d'hl
 - 0,6 % vs 2013 et + 1,1 % vs 2009/13

Volume en milliers d'hl

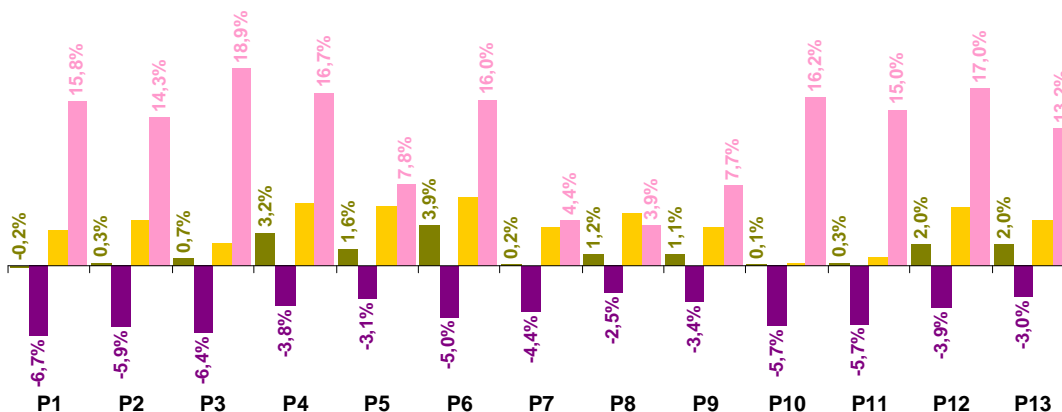


(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

En termes de saisonnalité, on note une diminution globale des ventes de vins tranquilles par rapport à 2013, pendant les intempéries de juillet et août (périodes P7 - P8) et pendant les foires aux vins d'automne (périodes P10 - P11) où la demande a été modérément suivie.

Évolution des ventes de vins tranquilles en grande distribution par couleur - 2014 vs 2009/13

■ Total vin tranquille ■ Vin rouge ■ Vin blanc ■ Vin rosé



(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Réparties par couleurs, et comparées à la moyenne cinq ans, les ventes reculent exclusivement en vin rouge, et sur l'ensemble des 13 périodes de l'année 2014.

Le marché des vins tranquilles par couleur

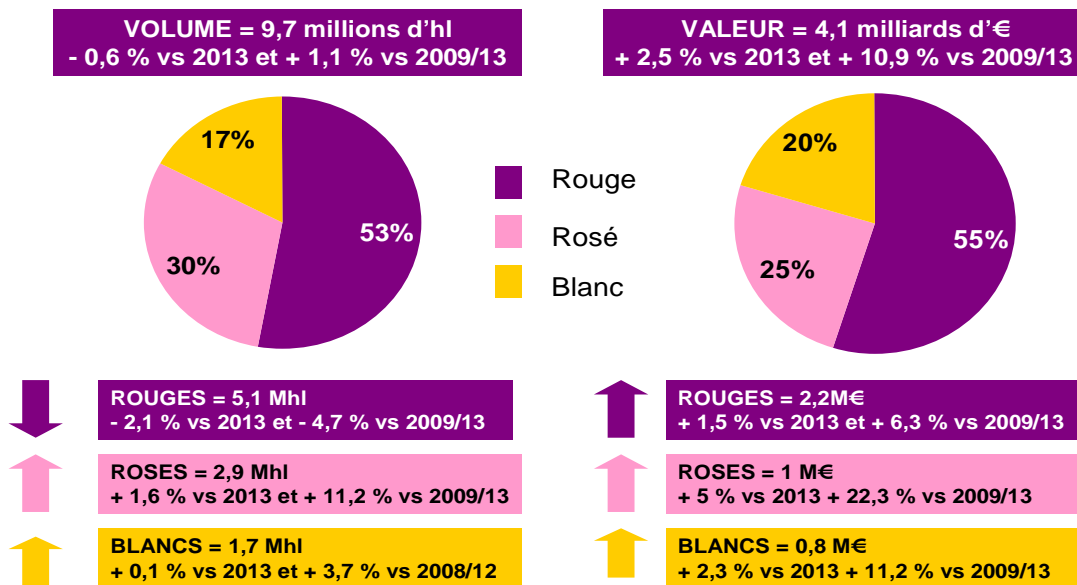
Alors que les ventes de vins tranquilles en grande distribution de l'année 2014 diminuent de 0,6 % en volume par rapport à 2013, et progressent de 1,1 % par rapport à la moyenne quinquennale, elles dépassent, pour la première fois, les 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

En effet, toutes couleurs et segments confondus, ces ventes ont représenté 9,7 millions d'hectolitres et généré un résultat en croissance de 2,5 % vs 2013 et de 10,9 % vs 2009/13, soit 4,1 milliards d'euros.

Le prix moyen de vente augmente pour sa part de 3,2 % vs 2013 et de 9,8 % vs 2009/13 à 4,19 €/litre.



Le marché des vins tranquilles en grande distribution - année 2014



Mhl = millions d'hectolitres M€ = milliards d'euros

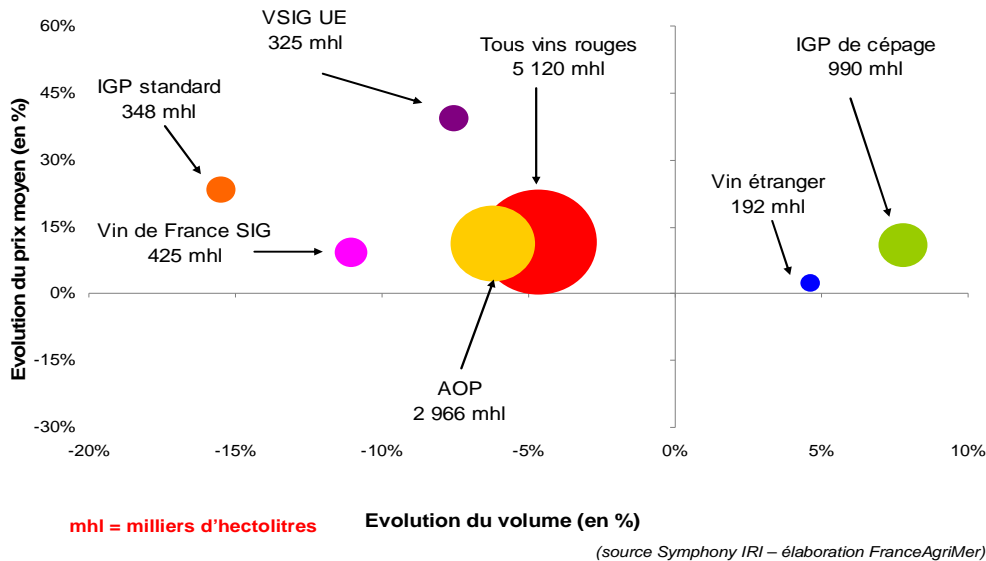
(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Même s'ils restent prédominants dans les ventes, les vins rouges ont, en dix ans, subi une perte de 12 points de parts de marché volume et de 10 points en valeur au profit des rosés (+ 11 pts en volume et + 9 en valeur) et des blancs (+1 pt en volume comme en valeur).

Avec 5,1 millions d'hectolitres commercialisés en grande distribution, les ventes de **vins rouges** ont enregistré des pertes de 2,1 % en volume par rapport à 2013 et de 4,7 % par rapport à la moyenne 2009/13, mais se sont valorisées (+ 1,5 % vs 2013 et + 6,3 % vs 2009/13) sous l'effet d'un prix moyen en hausse de 3,8 % vs 2013 et + 9,8 % vs 2009/13 à 4,35 €/litre.

Contrairement aux IGP de cépage et aux vins étrangers bien orientés, le segment des AOC est le principal responsable des pertes en vins rouges, en raison d'un déficit d'offre lié aux intempéries, notamment sur les deux plus grosses régions viticoles que sont le bordelais et la vallée du Rhône.

Évolution des ventes de vins tranquilles rouges en GD 2014 vs moyenne 2009/13

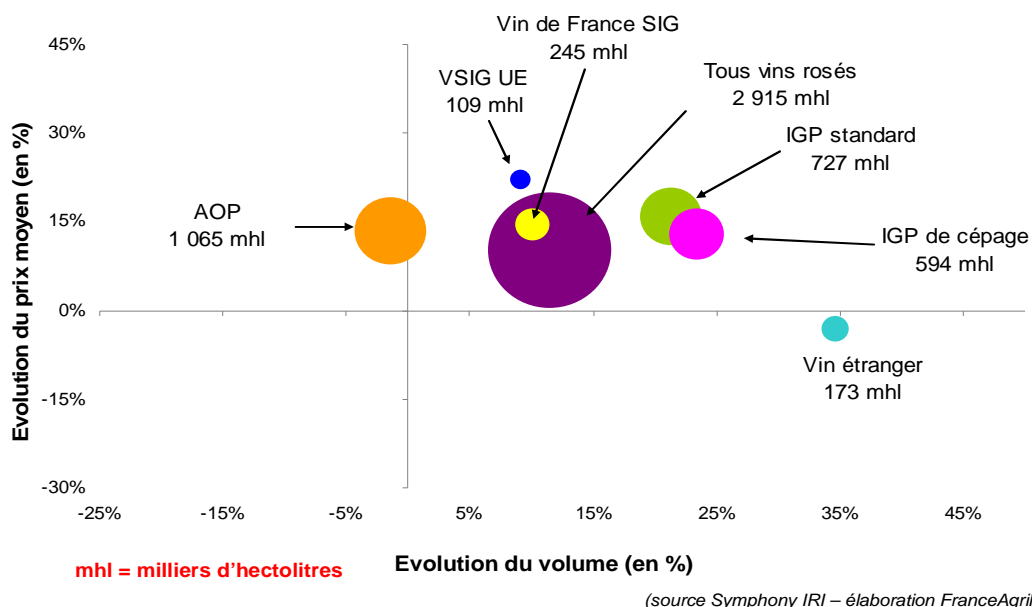


En 2014, les ventes de **vins rosés** tranquilles en grande distribution représentent 2,9 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires correspondant de 1 milliard d'euros, soit une croissance de 11,5 % en volume et de 22,6 % en valeur par rapport à 2013, et de 2 % en volume et de 5% en valeur par rapport à la moyenne quinquennale.

Le prix moyen de vente des vins rosés s'établit à 3,49 €/litre (+ 10,2 % vs 2013 et + 3 % vs 2009/13).

Pour cette couleur de vin tranquille, dont les ventes d'AOC sont en baisse dans toutes les régions viticoles, excepté le Languedoc-Roussillon, le marché reste bien orienté, notamment grâce au développement des IGP, avec et sans dénomination de cépage.

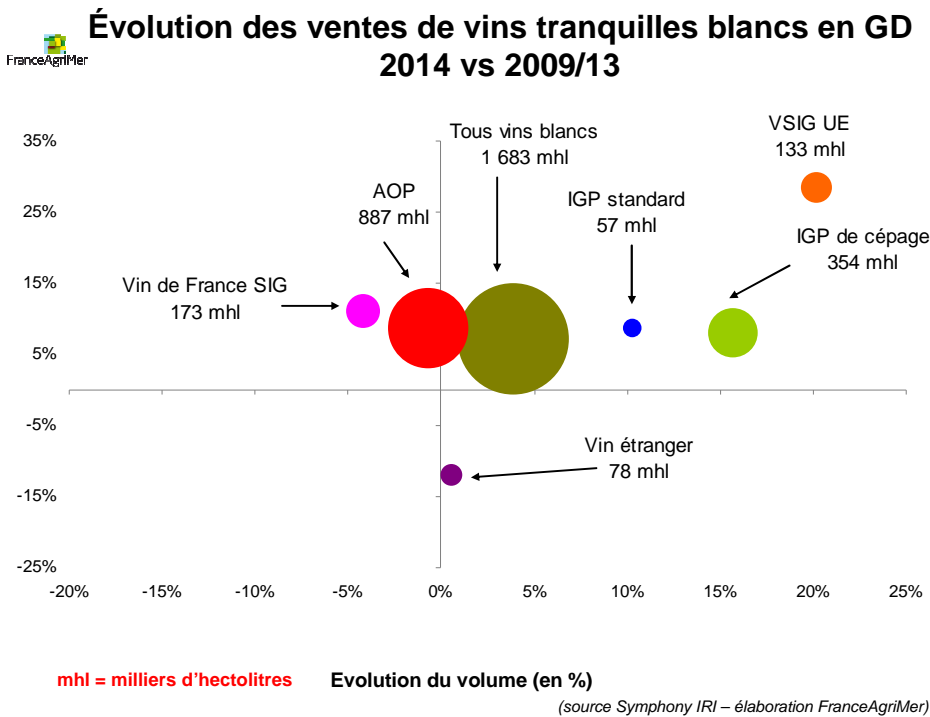
Évolution des ventes de vins tranquilles rosés en GD 2014 vs 2009/13



S'agissant des **vins blancs**, leurs ventes en grande distribution représentent 1,7 million d'hectolitres (+ 3,9 % vs 2013 et + 0,4 % vs 2009/13) pour un chiffre d'affaires correspondant de 823 millions d'euros (+ 11,3 % vs 2013 et + 2,7 % vs 2009/13).

Le prix moyen de vente de ces vins augmente de 7,3 % vs 2013 et de 2,3 % vs 2009/13 à 4,89 €/litre.

Pour cette couleur, le dynamisme des IGP (avec et sans dénomination de cépage) compense les pertes en AOC dont la région Bourgogne est, en 2014, le principal contributeur, atteignant son niveau le plus bas des cinq dernières années (- 12,5 % en volume et - 3,3 % en valeur vs 2013 et - 6,1 % en volume et + 9 % en valeur vs 2009/13).



Le marché des vins tranquilles par catégorie

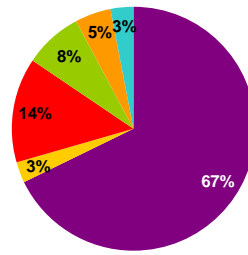
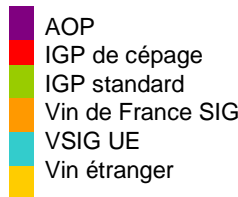
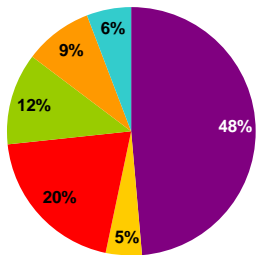
Pour la première fois, et malgré la prédominance de cette catégorie dans le marché des vins tranquilles, les AOC passent sous la barre des 50 % de part de marché volume, leur offre et leur visibilité progressant moins vite que la moyenne, et leur prix s'accroissant plus rapidement.



Ventes de vins tranquilles en grande distribution par catégorie - année 2014

VOLUME = 9,7 millions d'hl
- 0,6 % vs 2013 et + 1,1 % vs 2009/13

VALEUR = 4,1 milliards d'€
+ 2,5 % vs 2013 et + 10,9 % vs 2009/13



- AOP = 4,8 millions d'hl**
(- 4,8 % vs 2013 et - 4,3 % vs 2009/13)
- IGP de cépage = 1,9 millions d'hl**
(+ 6,7 % vs 2013 et + 13,9 % vs 2009/13)
- IGP standard = 1,13 millions d'hl**
(+ 1,4 % vs 2013 et + 6,4 % vs 2009/13)
- Vin de France SIG = 0,8 millions d'hl**
(- 4,9 % vs 2013 et - 5,2 % vs 2009/13)
- VSIG UE = 0,6 millions d'hl**
(+ 10,1 % vs 2013 et + 0,6 % vs 2009/13)
- Vin étranger = 0,4 millions d'hl**
(+ 8,5 % vs 2013 et + 13,5 % vs 2009/13)

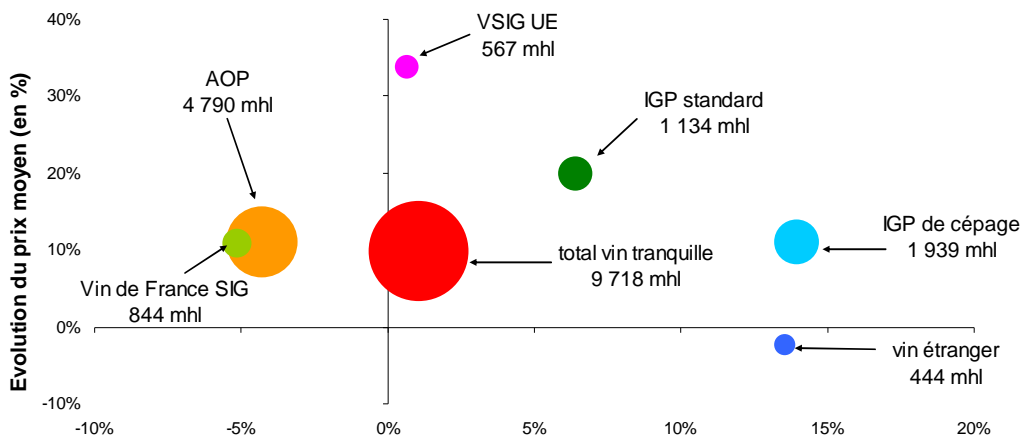
- AOP = 2,8 milliards d'€**
(+ 0,3 % vs 2013 et + 6,3 % vs 2009/13)
- IGP de cépage = 558 millions d'€**
(+ 10,7 % vs 2013 et + 23,3 % vs 2009/13)
- IGP standard = 307 millions d'€**
(+ 8,5 % vs 2013 et + 27,6 % vs 2009/13)
- Vin de France SIG = 189 millions d'€**
(- 2,5 % vs 2013 et + 5,2 % vs 2009/13)
- VSIG UE = 103 millions d'€**
(+ 14,9 % vs 2013 et + 35 % vs 2009/13)
- Vin étranger = 102 millions d'€**
(+ 6 % vs 2013 et + 17,5 % vs 2009/13)

(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Dans le même temps, les IGP de cépage, qui pèsent désormais pour 20 % en volume dans les ventes, continuent à se développer, via une offre qui progresse (notamment en bi-cépages), une bonne visibilité (notamment en bag in box) et une demande soutenue.



Évolution des ventes de vins tranquilles par catégorie 2014 vs moyenne 2009/2013



mhl = milliers d'hectolitres

Evolution du volume (en %)

(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

En termes d'exposition dans les linéaires de la grande distribution en 2014, les AOP pèsent pour 71,8 % en volume, les IGP standard pour 6,2 %, les IGP de cépages pour 11 %, les vins de France SIG pour 4,9 %, les vins étrangers pour 3,8 % et les vins sans IG en provenance de l'Union européenne pour 2,4 %.

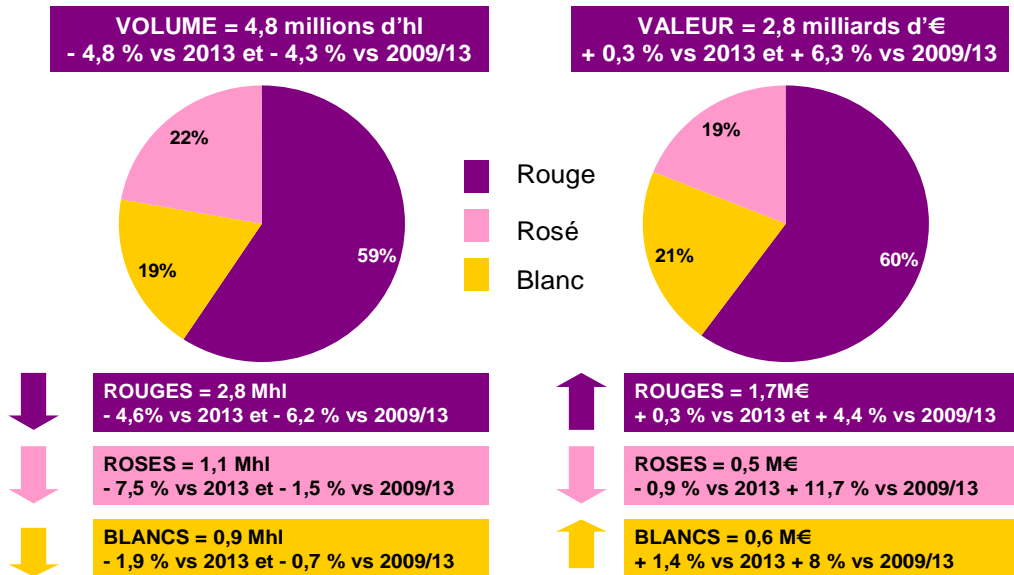
(NB : le taux d'occupation indiqué est une moyenne à partir de mesures réalisées 4 fois/an en rayon. La mesure porte sur le linéaire fond de rayon).

Le marché des AOC

Avec 4,8 millions d'hectolitres commercialisés en grande distribution pour un chiffre d'affaires de 2,8 milliards d'euros, les pertes des AOC s'accroissent en volume (- 4,8 % vs 2013 et - 4,3 % vs 2009/13) tandis que leur valorisation se poursuit (+ 0,3 % vs 2013 et + 6,3 % vs 2009/13) sous l'effet d'une hausse du prix moyen de vente de 5,5 % vs 2013 et de 11,1 % vs 2009/13, à 5,87 €/litre.



Le marché des AOP en grande distribution - année 2014



Mhl = millions d'hectolitres M€ = milliards d'euros

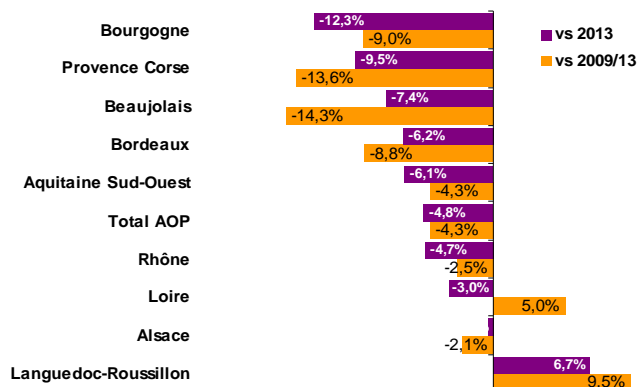
(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Suite au déficit de récolte dans la plupart des bassins viticoles (hors Languedoc), conséquence des intempéries de 2013, l'augmentation mécanique des prix et le manque de visibilité dû à la baisse des opérations promotionnelles expliquent le recul des ventes sur les trois couleurs.

Les ventes d'AOP par région



Évolution des ventes (volume) d'AOP par régions Année 2014



Evolution en volume (%)

(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

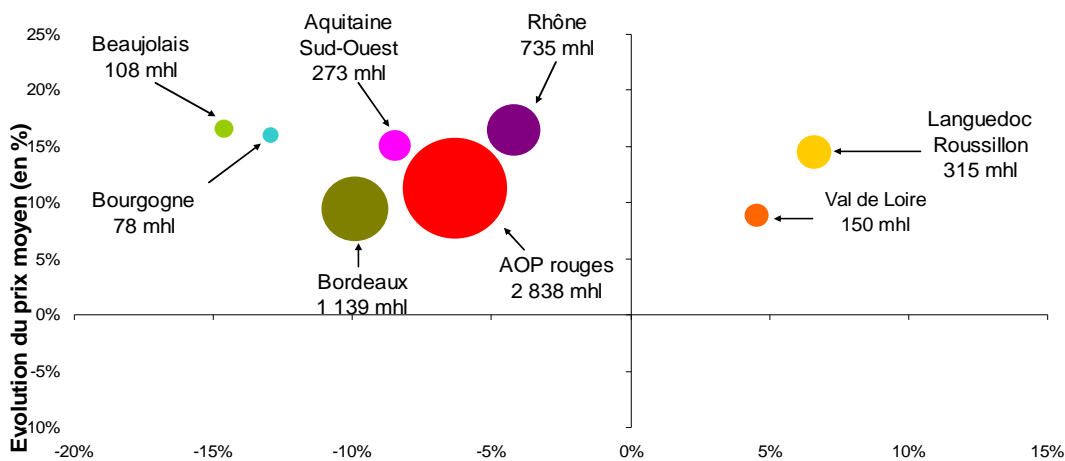
Si les ventes d'AOC de Loire et du Languedoc Roussillon progressent respectivement de 5 % et de 9,5 % en volume par rapport à la moyenne quinquennale, seules celles du Languedoc Roussillon, en revanche, enregistrent une croissance (+ 6,7 %) par rapport à 2013. Par ailleurs, Bordeaux, leader dans ce segment, continue à s'éroder, avec une perte de parts de marché de 4 points en volume et de 5 points en valeur sur les dix dernières années.

Les ventes d'AOP rouges par région

Les appellations rouges sont les principales responsables des mauvaises performances de cette couleur. Comparées aux cinq années précédentes, les ventes du Languedoc Roussillon et du Val de Loire sont bien orientées. En revanche, le Rhône est pénalisé par le groupe « Côtes du Rhône », l'Aquitaine Sud-Ouest par les appellations du bergeracois et de Cahors, la Bourgogne par son appellation régionale, et le bordelais de manière transversale.



Évolution des ventes d'AOP rouges en GD 2014 vs 2009/13



mhl = milliers d'hectolitres

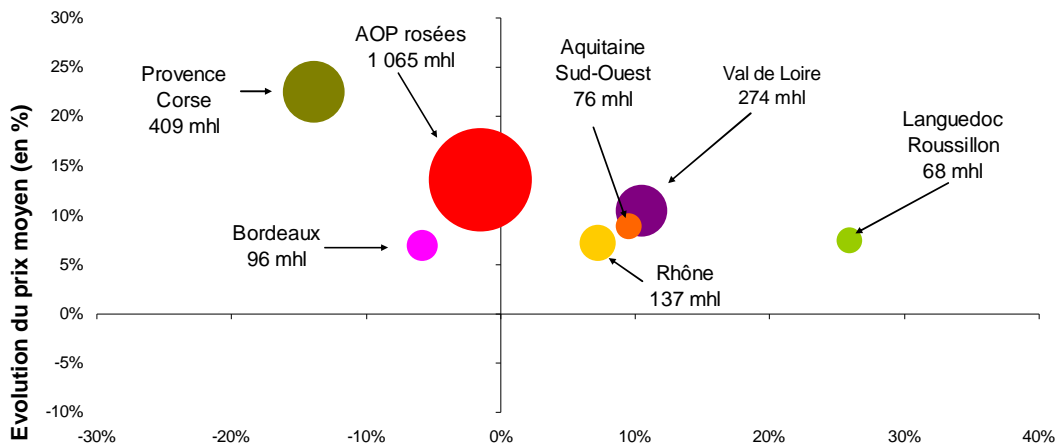
Evolution du volume (en %)

(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Les ventes d'AOP rosées par région

Comparées à la moyenne quinquennale les ventes des appellations rosées sont en retrait dans le bordelais et en Provence Corse, cette dernière région viticole étant mise en difficulté via les Côtes de Provence commercialisées sous marques de distributeurs (MDD) qui enregistrent 30 % de volumes promotionnels en moins dans les hypermarchés.

Évolution des ventes d'AOP rosées en GD 2014 vs 2009/13



mhl = milliers d'hectolitres

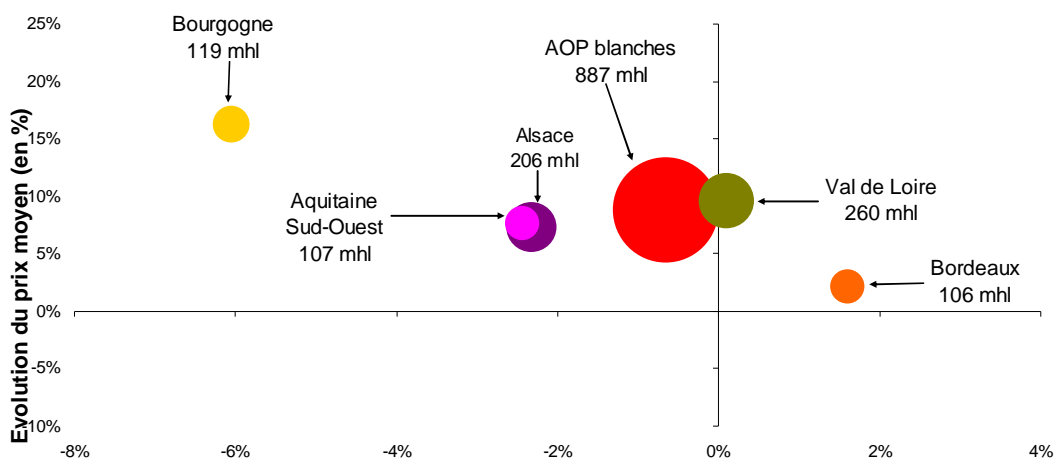
Evolution du volume (en %)

(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Les ventes d'AOP blanches par région

Pour cette couleur, les appellations bordelaises progressent grâce aux vins moelleux et doux, et celles du val de Loire grâce au Centre, qui compense le repli des autres groupes.

Évolution des ventes d'AOP blanches en GD 2014 vs 2009/13



mhl = milliers d'hectolitres

Evolution du volume (en %)

(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Le marché des IGP

Les vins IGP pèsent pour 32 % en volume et pour 22 % en valeur dans les ventes de vins tranquilles en grande distribution.

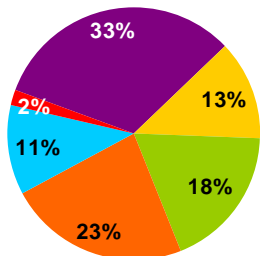
Leurs ventes, qui progressent en volume (+ 4,7 % vs 2013 et + 9,9 % vs 2009/13) comme en valeur (+ 10,8 % vs 2013 et + 26,5 % vs 2009/13) représentent 3 millions d'hectolitres et 865 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Cette catégorie, répartie en **IGP avec mention de cépages** (63 % de PDM volume et 65 % de PDM valeur) d'une part, et en **IGP sans mention de cépages - ou standard** (37 % de PDM volume et 35 % de PDM valeur) d'autre part, est vendue au prix moyen de 2,82 €/litre (+ 5 % vs 2013 et + 14,3 % vs 2009/13).

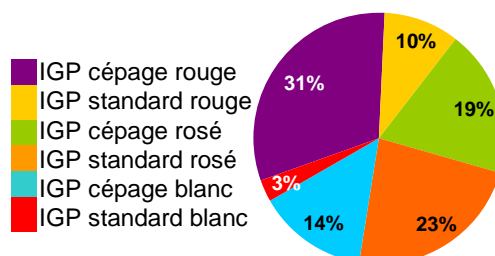
Les ventes d'IGP en GD par couleur – année 2014



Volume : 3 millions d'hl
+ 4,7 vs 2013 et + 10,8 % vs 2009/13



Valeur : 865 millions d'€
+ 9,9 % vs 2013 et + 26,5 % vs 2009/13



↑ IGP de cépage rouge 1 Mhl
(+ 4,5 % vs 2013 et + 7,8 % vs 2009/13)

↓ IGP standard rouge 0,3 Mhl
(- 6,2 % vs 2013 et - 15,6 % vs 2009/13)

↑ IGP de cépage rosé 0,6 Mhl
(+ 10,9 % vs 2013 et + 23,2 % vs 2009/13)

↑ IGP standard rosé 0,7 Mhl
(+ 6 % vs 2013 et + 21,1 % vs 2009/13)

↑ IGP de cépage blanc 0,4 Mhl
(+ 6,3 % vs 2013 et + 15,7 % vs 2009/13)

↑ IGP standard blanc 0,06 Mhl
(+ 1,4 % vs 2013 et + 6,4 % vs 2009/13)

↑ IGP de cépage rouge 269 m€
(+ 8,5 % vs 2013 et + 19,5 % vs 2009/13)

↑ IGP standard rouge 78 m€
(+ 1,2 % vs 2013 et + 5,2 % vs 2009/13)

↑ IGP de cépage rosé 170 m€
(+ 15,1 % vs 2013 et + 38,7 % vs 2009/13)

↑ IGP standard rosé 207 m€
(+ 12,9 % vs 2013 et + 39,7 % vs 2009/13)

↑ IGP de cépage blanc 120 m€
(+ 9,6 % vs 2013 et + 24,7 % vs 2009/13)

↓ IGP standard blanc 22 m€
(- 1,9 % vs 2013 et + 20 % vs 2009/13)

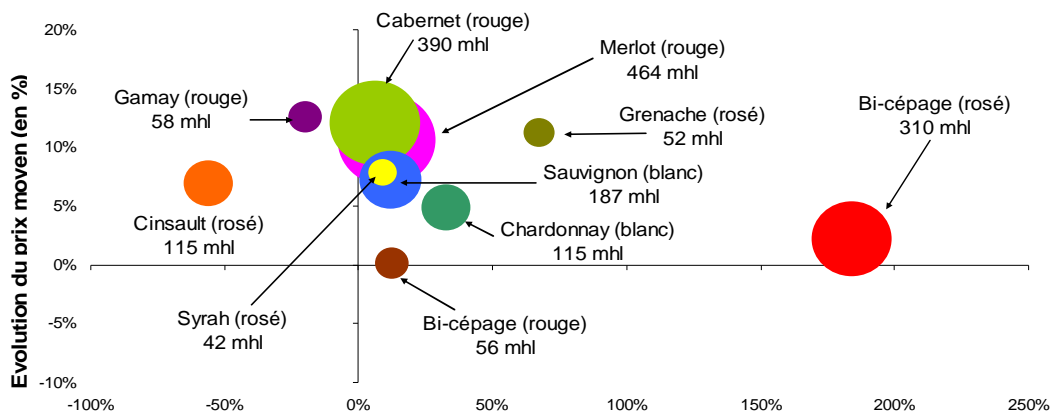
Mhl = millions d'hectolitres m€ = millions d'euros

(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Dans le segment des **IGP de cépage**, le transfert se poursuit entre le Cinsault, victime d'arrachage, et les bi-cépages.



IGP commercialisées avec indication de cépage 2014 vs 2009/13



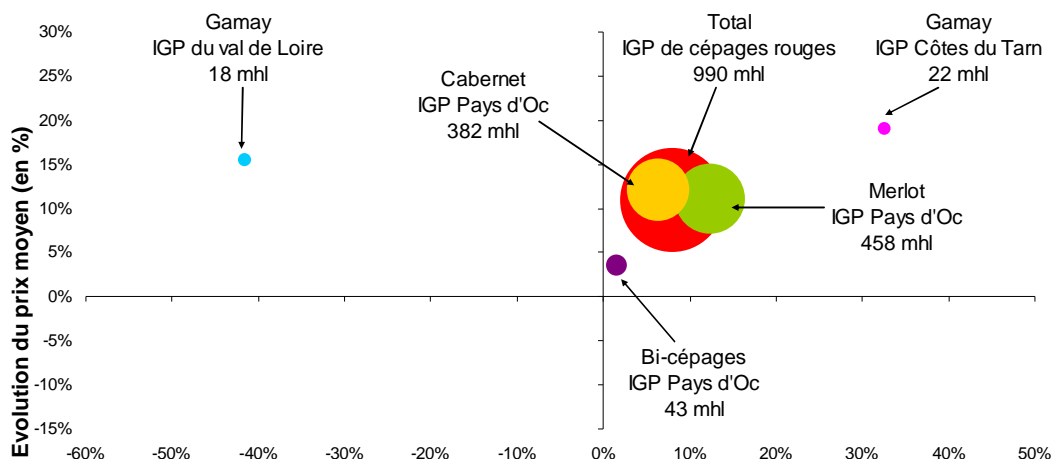
mhl = milliers d'hectolitres Evolution du volume (en %)

(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

La dénomination Pays d'Oc pèse pour près de 90 % en volume et en valeur dans les ventes des **IGP de cépages rouges** qui progressent à la fois en volume (+ 4,5 % vs 2013 et + 8 % vs 2009/13) et en valeur (+ 8,6 % vs 2013 et + 19,6 % vs 2009/13).



Evolution des ventes d'IGP de cépages rouges en GD par dénomination - 2014 vs 2009/13

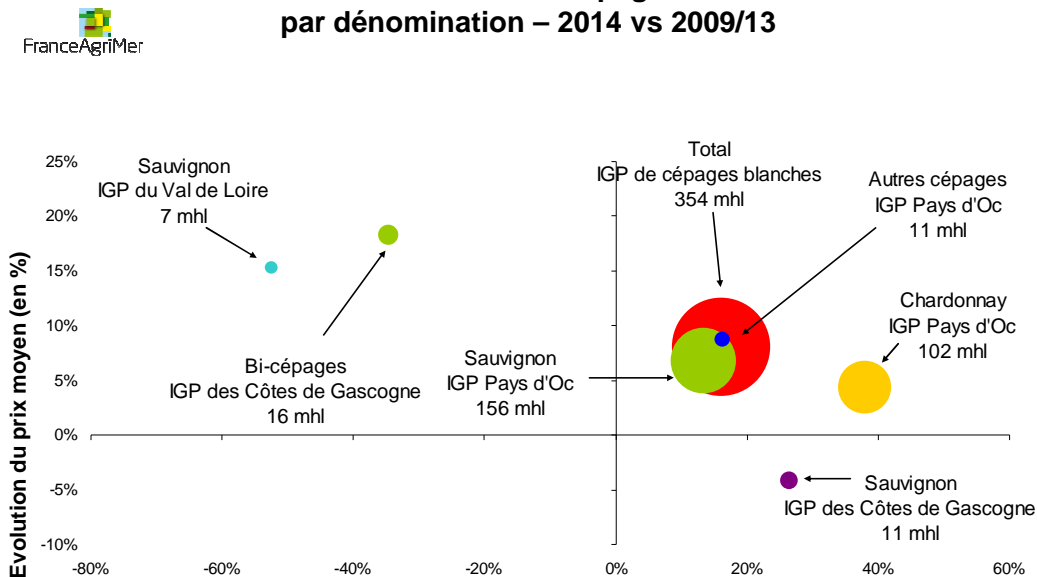


mhl = milliers d'hectolitres Evolution du volume (en %)

(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

La dénomination Pays d'Oc prédomine également dans les ventes d'**IGP de cépages blancs** en grande distribution avec 72 % de parts de marché volume et 69 % en valeur.

Evolution des ventes d'IGP de cépages blancs en GD par dénomination – 2014 vs 2009/13

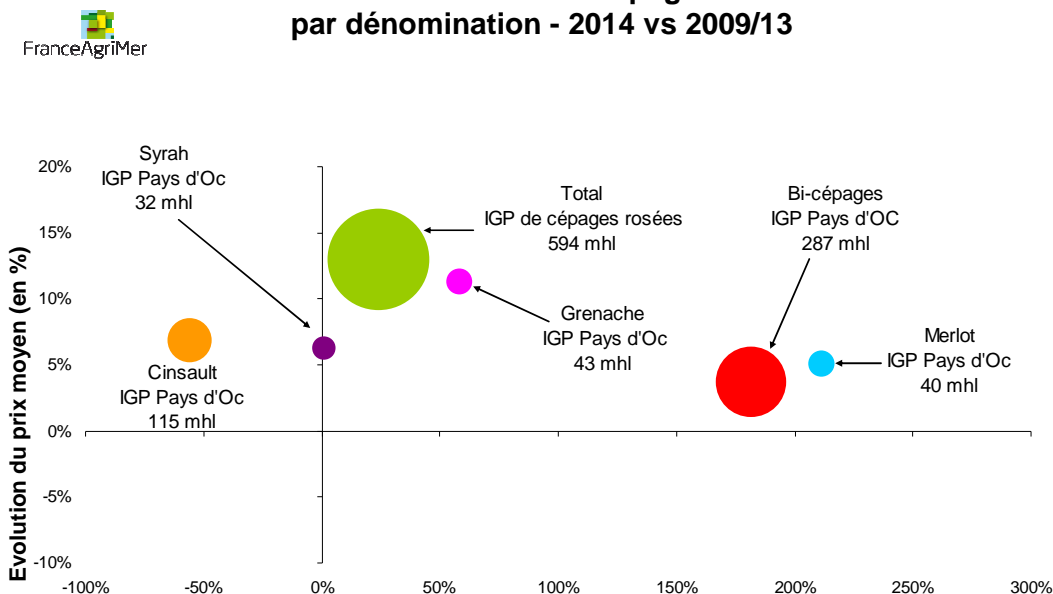


mhl = milliers d'hectolitres Evolution du volume (en %)

(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Dans le segment des **IGP de cépages rosés**, les bi-cépages se développent au détriment du Cinsault via la dénomination Pays d'Oc également très présente. Pour cette couleur, les ventes augmentent de 11,3 % en volume et de 15,4 % en valeur par rapport à 2013 et de 23,9 % en volume et de 39,4 % en valeur par rapport à la moyenne quinquennale.

Evolution des ventes d'IGP de cépages rosés en GD par dénomination - 2014 vs 2009/13



mhl = milliers d'hectolitres Evolution du volume (en %)

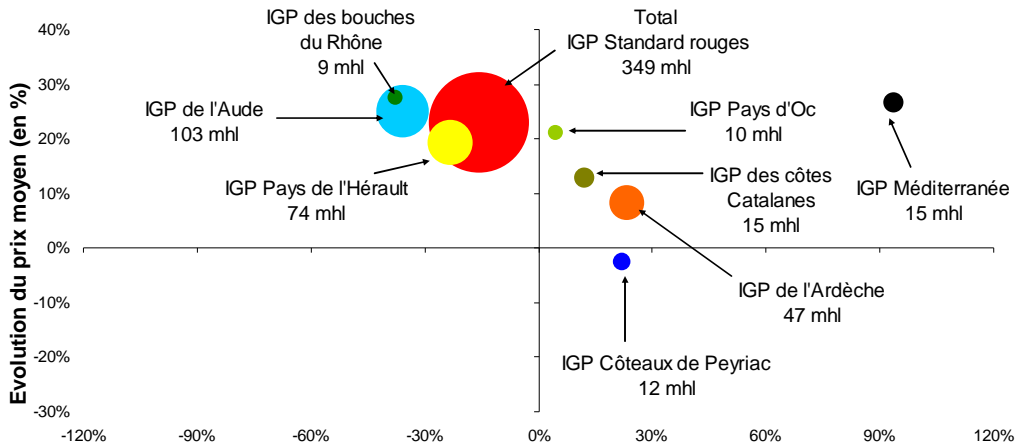
(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

349 milliers d'hectolitres d'**IGP standard rouge** ont été commercialisés en grande distribution en 2014 (- 5,9 % vs 2013 et - 15,8 % vs 2009/13) pour une valeur correspondante de 78 millions d'euros (+ 1,7 % vs 2013 et + 4,9 % vs 2009/13).

Leur prix moyen de vente augmente de 8 % vs 2013 et de 23 % vs 2009/13 , à 2,23 €/litre.



IGP rouges commercialisées sans mention de cépage par dénomination - 2014 vs 2009/13



mhl = milliers d'hectolitres

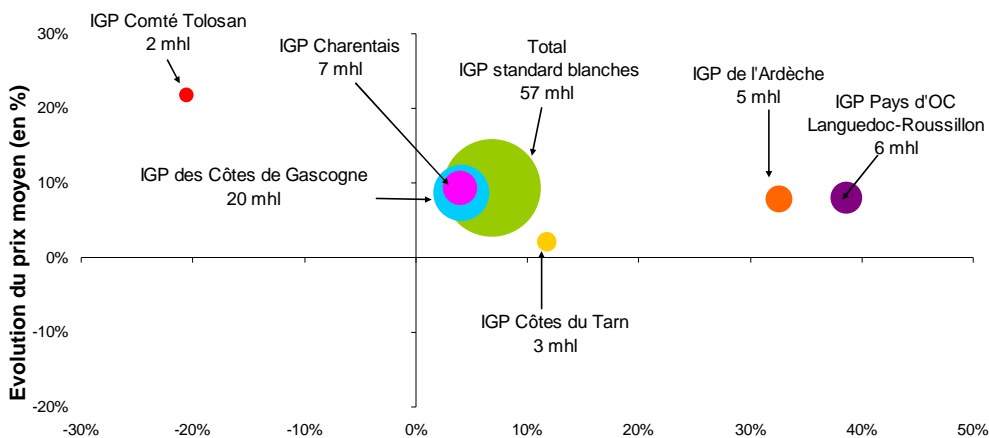
Evolution du volume (en %)

(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

En recul par rapport à 2013 (- 3,7 % en volume et - 1,5 % en valeur), les ventes d'**IGP blanches sans mention de cépage** affichent une croissance de 6,8 % en volume et de 16,7 % en valeur par rapport à la moyenne quinquennale. Ces ventes s'élèvent à 57 milliers d'hectolitres, génèrent 22,1 millions d'euros de chiffre d'affaires, et leur prix moyen augmente de 2,2 % vs 2013 et de 9,3 % vs 2009/13, à 3,85 €/litre.



IGP blanches commercialisées sans mention de cépage par dénomination - 2014 vs 2009/13



mhl = milliers d'hectolitres

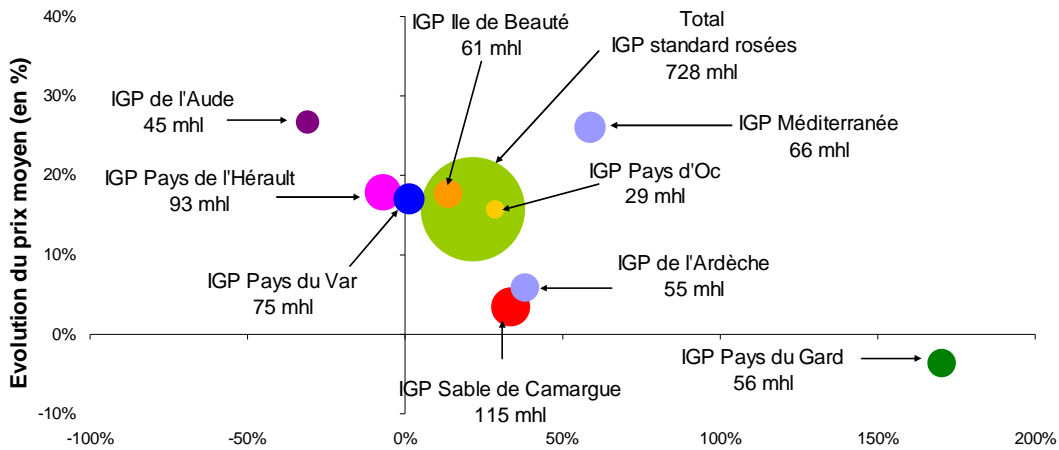
Evolution du volume (en %)

(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Les ventes d'**IGP standard rosées** en grande distribution représentent 728 milliers d'hectolitres pour une valeur correspondante de 207 millions d'euros de chiffre d'affaires.
 Ce segment enregistre une croissance de 6,5 % vs 2013 et de 21,6 % vs 2009/13 en volume et de 13,4 % vs 2013 et de 40,2 % vs 2009/13 en valeur, dans un contexte d'augmentation du prix moyen de vente de 6,5 % vs 2013 et de 15,8 % vs 2009/13, à 2,85 €/litre.



IGP rosées commercialisées sans mention de cépage par dénomination - 2014 vs 2009/13



mhl = milliers d'hectolitres

Evolution du volume (en %)

(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

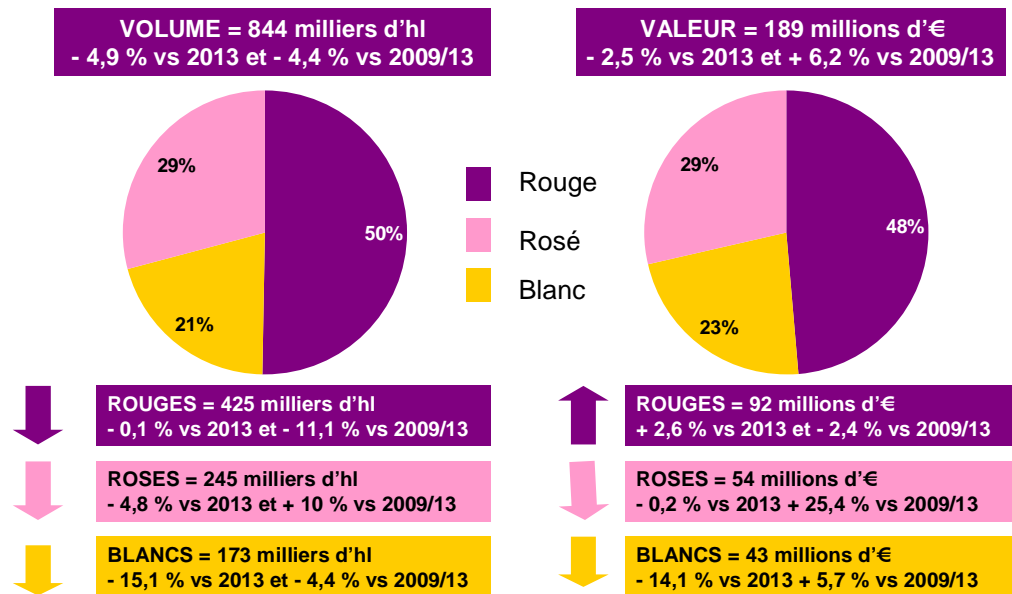
Le marché des vins de France sans IG

Avec 844 milliers d'hectolitres commercialisés en grande distribution pour 189 millions d'euros de chiffre d'affaires, les **vins de France sans IG** enregistrent des pertes de 4,9 % en volume et de 2,5 % en valeur par rapport à 2013.

Comparées à la moyenne quinquennale, les ventes des vins de France sans IG baissent de 4,4 % en volume mais progressent de 6,2 % en valeur.



Le marché des vins de France SIG en grande distribution année 2014



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

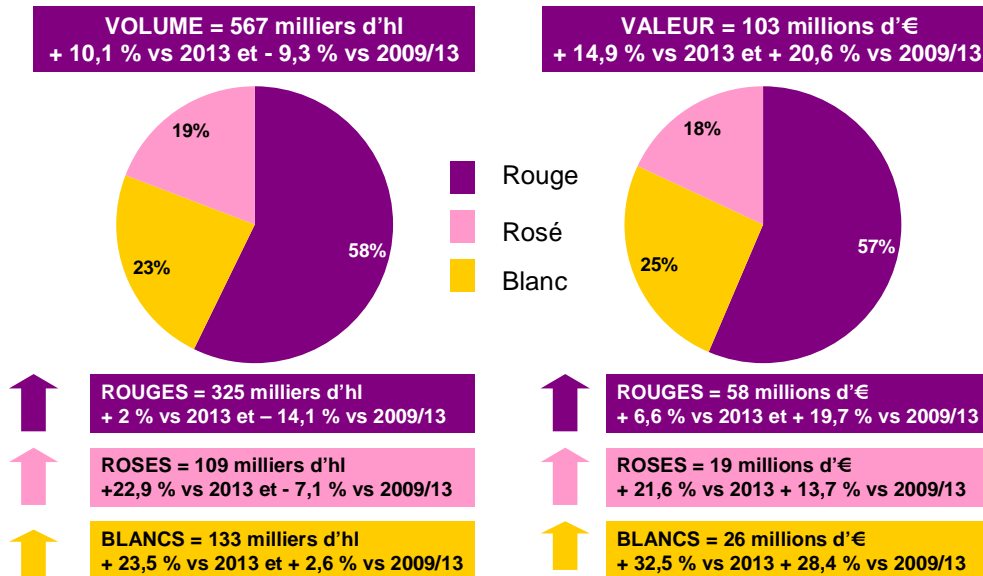
Le marché des vins étrangers

En 2014, les **vins sans IG en provenance de l'Union européenne** (ou VSIG UE) grignotent 3,5 points de part de marché volume aux vins de France SIG.

Dans ce segment, les ventes des trois couleurs progressent en volume comme en valeur par rapport à 2013, alors que par rapport à la moyenne cinq ans, les volumes diminuent en vins rouges (- 14,1 %) et rosés (- 7,1 %).



Le marché des VSIG de l'UE en grande distribution année 2014

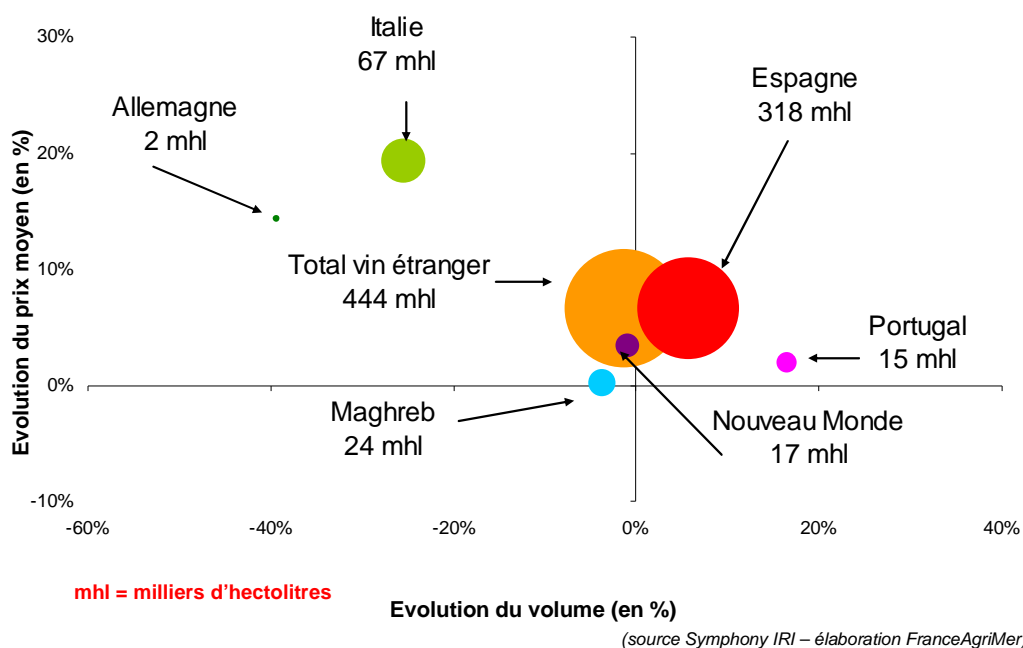


(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Avec 444 milliers d'hectolitres commercialisés en grande distribution pour un chiffre d'affaires correspondant de 102,2 millions d'euros, les **vins étrangers** progressent de 8,5 % en volume et de 6 % en valeur par rapport à 2013. Comparées à la moyenne 2011/13 (*), ces ventes diminuent de 1,4 % en volume mais continuent à se valoriser (+ 5,5 %).

Toujours prédominants dans ce segment (70 % de parts de marché volume et 53 % en valeur) les vins espagnols enregistrent une croissance de 12,8 % en volume et de 10,4 % en valeur par rapport à 2013 et de 5,6 % en volume et de 12,8 % en valeur par rapport à la moyenne 2011/13, et ce, dans un contexte de baisse de 2,2 % vs 2013 de leur prix moyen de vente, à 1,69 €/litre.

Evolution des ventes de vins étrangers en GD 2014 vs moyenne 2011/2013



Les vins italiens (15 % de PDM volume et 16 % de PDM valeur) sont en retrait. Par rapport à l'année 2013, leurs ventes ont diminué en volume (- 5,7 %) comme en valeur (- 2,5 %) dans un contexte d'augmentation de 3,4 % de leur prix moyen de vente à 2,48 €/litre.

(*) une rupture dans le traitement de la base de données des vins étrangers ne nous permet pas de remonter au-delà de 2011, ce qui explique la comparaison 2014 par rapport à 2011/2013.

Les ventes en Bag in Box

Les tendances 2014 restent identiques à celles de 2013 avec une augmentation des volumes de vins tranquilles commercialisés en bag in box (36 % de PDM volume dans le total des ventes de vins tranquilles en grande distribution) au détriment de la bouteille 75 cl (54% de PDM volume), et de tous les formats verre, d'une manière générale.

En hypermarchés, la demande en bag in box est tirée par développement de l'offre. En supermarchés, en revanche, l'offre progresse plus vite que la demande.

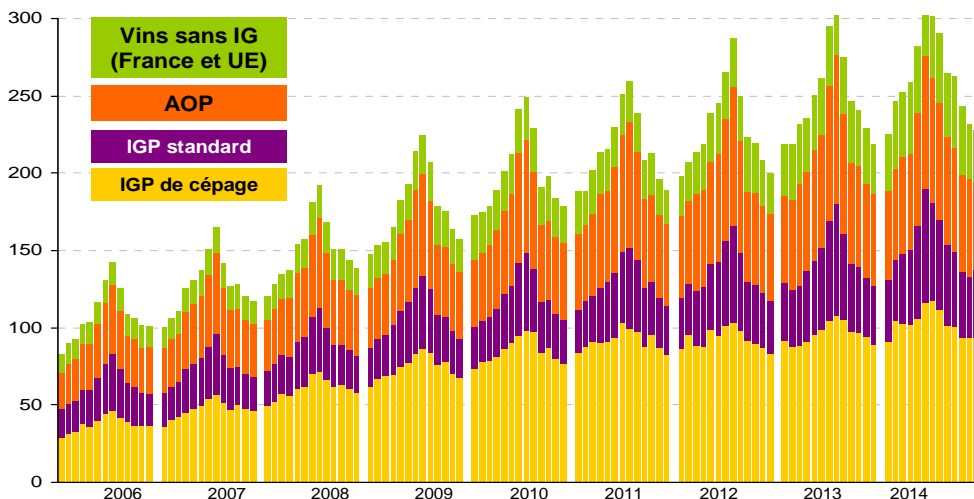
Les ventes en bag in box ont représenté 3,5 millions d'hectolitres et généré 931,2 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit + 5,6 % en volume et + 9 % en valeur par rapport à 2013, et + 24,1 % en volume et + 36,7 % en valeur par rapport à la moyenne quinquennale.

Leur prix moyen de vente s'établit à 2,64 €/litre (+ 3,2 % vs 2013 et + 10,7 % vs 2009/13).



Évolution des ventes de vins tranquilles en BIB par catégorie

Ventes « mensuelles » en milliers d'hl



(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

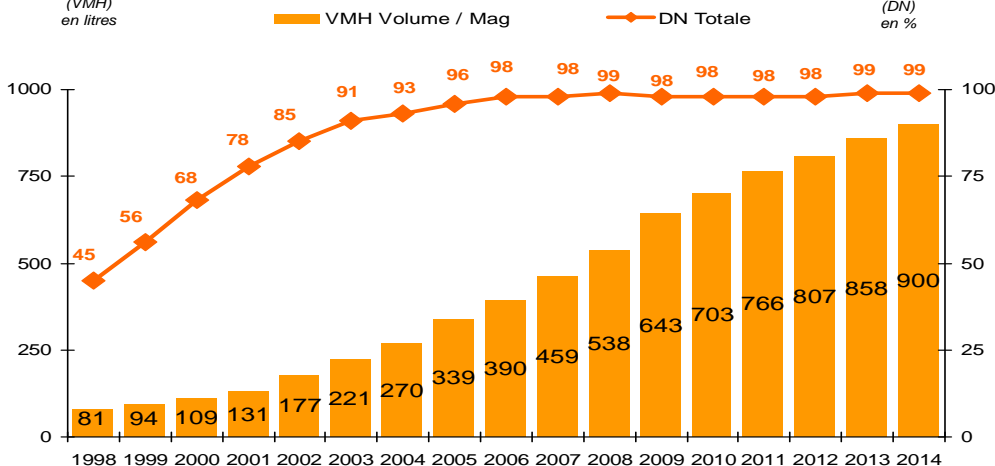
Les ventes moyennes hebdomadaires (VMH) par magasin atteignent 900 litres, et 99 % des magasins proposent des vins tranquilles en BIB (mesuré par la Diffusion Numérique).



Evolution des ventes de vins en bag in box

Ventes moyennes hebdomadaires par magasin (VMH) en litres

Diffusion Numérique (DN) en %



(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Les ventes sous marques de distributeurs (MDD)

Les marques de distributeurs (MDD) sont identifiées, comme les autres produits, à partir de la série de 13 chiffres figurant sur le code à barre. Cette suite de chiffres est dénommée EAN (European Article Number). Le premier chiffre d'un EAN identifie le pays d'origine, les six suivants : le fabricant du produit ou l'opérateur pour lequel le produit a été élaboré. Ces six chiffres constituent le CNUF (Code National Unitaire Fabricant). Chaque enseigne de la grande distribution dispose de son propre numéro CNUF. On parle alors d'un CNUD (Code National Unitaire Distributeur). Il est identique pour tous les produits à MDD d'une enseigne donnée que ce soient des boîtes de conserves, des eaux en bouteilles ou du vin. Ainsi tous les produits dont le CNUF correspond à un code d'enseigne sont considérés, dans le panel Symphony IRI, comme des MDD et ceci que le nom de l'enseigne figure ou non sur l'étiquette.

Les ventes de vins tranquilles sous marques de distributeurs enregistrent en 2014 leur première baisse en volume (- 3 % 2013) essentiellement en lien direct avec les difficultés des vins d'appellations qui pèsent pour 43 % en volume dans ce segment, mais aussi parce que dans un contexte plus général de guerre des prix, tous produits confondus, il semble cette année que le consommateur, pour un prix presque équivalent, a tendance à privilégier un produit de marque au produit MDD.



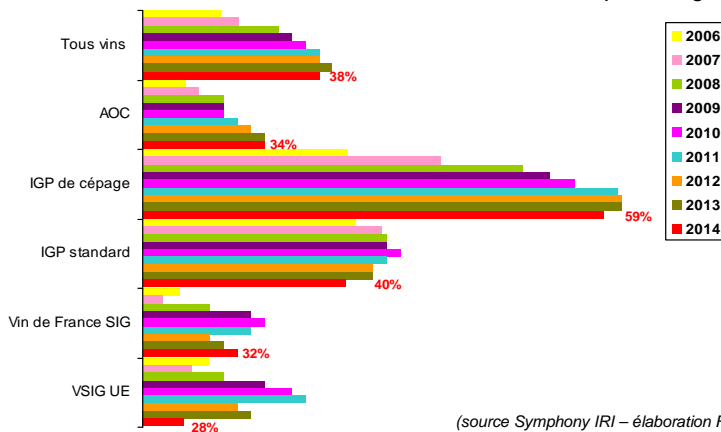
Vins tranquilles sous MDD en 2014

Répartition en volume des ventes sous MDD par catégories

■ AOP
 ■ IGP de cépage
 ■ IGP standard
 ■ Vin de France SIG
 ■ VSIG UE
 ■ Vin étranger



Evolution de la PDM volume des ventes sous MDD par catégories



(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Toutefois, les ventes de vins tranquilles sous MDD ont représenté 3,7 millions d'hectolitres (- 3 % vs 2013 et + 2,4 % vs 2009/13) et généré 1,2 milliard d'euros de chiffre d'affaires (+ 2,1 % vs 2013 et + 16,4 % vs 2009/13), dans un contexte de hausse de leur prix moyen de 5,2 % vs 2013 et de 14 % vs 2009/13).

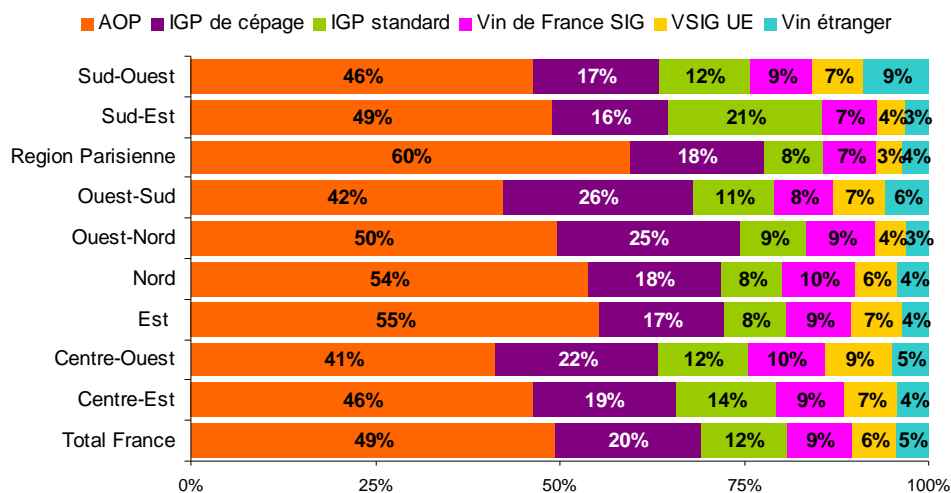
Régionalisation des ventes de vins tranquilles

Cette régionalisation des ventes est à mettre en regard des régions, notamment les plus touristiques pour l'achat de vin (vente au caveau, oenotourisme..).

Le graphique ci-dessous indique le poids des différentes catégories de vins tranquilles dans les ventes régionales en 2014.



Régionalisation des ventes de vins tranquilles en GD en 2014



(source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Les AOP restent prédominantes dans les ventes de toutes les régions, mais pèsent toutefois davantage en région parisienne, dans l'Est et le Nord.

Les IGP de cépages pèsent plus dans les ventes de l'Ouest (Ouest-Nord, Ouest-Sud, Centre-Ouest), les IGP standard dans celles du Sud-Est, les vins de France sans IG et les VSIG UE dans les ventes du Centre-Ouest, et les vins étrangers dans celles du Sud-Ouest.

Cependant, le poids des différentes régions dans les ventes des vins tranquilles par catégories est très différent :

Ainsi, les régions parisienne, Centre-Est et Ouest-Nord pèsent respectivement 15 %, 13 % et 14 % dans les ventes des AOP.

L'Ouest-Nord (17 %), l'Ouest-Sud (15 %) et le Centre-Est (14 %) prédominent dans les ventes des IGP de cépages tandis que dans les ventes d'IGP standard, le Sud-Est est prépondérant (21 % en volume), devant le Centre-Est (16 % de PDM volume).

Les régions Ouest-Nord et Centre-Est pèsent chacune pour 15 % dans les ventes en volume des vins de France sans IG ; le Centre-Est arrive en tête des ventes des VSIG UE avec 17 % de PDM volume.

Enfin, le Sud-Ouest, pèse pour 21 % dans les ventes en volume des vins étrangers.

Par ailleurs, toutes catégories et couleurs confondues, les ventes de vins tranquilles diminuent en volume par rapport à 2013 dans l'Est (- 1,53 %), le Nord (- 1,75 %) et la région parisienne (- 1,86 %).

Conclusion

En conclusion, en 2014, le marché des ventes de vins tranquilles en grande distribution a reculé en volume tout en continuant à se valoriser, dans un contexte difficile pour les AOP et les vins rouges, et une dégradation des opérations promotionnelles.

Annexes

Le bilan par circuits de distribution

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
Volume						
Hyper	5 686,7	59%	5 682,0	58%	5	0,1%
Super	4 031,6	41%	4 097,2	42%	-66	-1,6%
Total	9 718,3	100%	9 779,2	100%	-61	-0,6%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Valeur						
Hyper	2 427,7	60%	2 364,2	60%	63,5	2,7%
Super	1 641,0	40%	1 604,5	40%	36,5	2,3%
Total	4 068,7	100%	3 968,8	100%	99,9	2,5%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen						
Hyper	4,27		4,16		0,11	2,6%
Super	4,07		3,92		0,15	3,9%
Total	4,19		4,06		0,13	3,2%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le bilan par couleur de vins

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
Volume Hyper	Rouges	3 019,2	53%	3 065,8	54%	-46,7	-1,5%
	Blancs	998,8	18%	990,9	17%	7,9	0,8%
	Rosés	1 668,7	29%	1 625,2	29%	43,5	2,7%
	Tous vins	5 686,7	100%	5 682,0	100%	4,7	0,1%
Super	Rouges	2 100,6	52%	2 161,5	53%	-60,9	-2,8%
	Blancs	684,6	17%	690,7	17%	-6,1	-0,9%
	Rosés	1 246,4	31%	1 245,1	30%	1,3	0,1%
	Tous vins	4 031,6	100%	4 097,2	100%	-65,6	-1,6%
Tous circuits	Rouges	5 119,8	53%	5 227,3	53%	-107,5	-2,1%
	Blancs	1 683,4	17%	1 681,6	17%	1,8	0,1%
	Rosés	2 915,1	30%	2 870,3	29%	44,8	1,6%
	Tous vins	9 718,3	100%	9 779,2	100%	-60,9	-0,6%

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Valeur Hyper	Rouges	1 353,4	56%	306,6	13%	1 046,8	341,4%
	Blancs	496,0	20%	483,3	20%	12,7	2,6%
	Rosés	578,3	24%	546,8	23%	31,5	5,8%
	Tous vins	2 427,7	100%	2 364,2	100%	63,5	2,7%
Super	Rouges	874,4	53%	860,4	54%	14,0	1,6%
	Blancs	327,2	20%	321,2	20%	6,0	1,9%
	Rosés	439,4	27%	422,9	26%	16,5	3,9%
	Tous vins	1 641,0	100%	1 604,5	100%	36,5	2,3%
Tous circuits	Rouges	2 227,8	55%	2 194,5	55%	33,3	1,5%
	Blancs	823,2	20%	804,5	20%	18,6	2,3%
	Rosés	1 017,8	25%	969,7	24%	48,0	5,0%
	Tous vins	4 068,7	100%	3 968,8	100%	99,9	2,5%

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen Hyper	Rouges	4,48		4,35		0,13	3,0%
	Blancs	4,97		4,88		0,09	1,8%
	Rosés	3,47		3,36		0,10	3,0%
	Tous vins	4,27		4,16		0,11	2,6%
Super	Rouges	4,16		3,98		0,18	4,6%
	Blancs	4,78		4,65		0,13	2,8%
	Rosés	3,53		3,40		0,13	3,8%
	Tous vins	4,07		3,92		0,15	3,9%
Tous circuits	Rouges	4,35		4,20		0,15	3,6%
	Blancs	4,89		4,78		0,11	2,2%
	Rosés	3,49		3,38		0,11	3,3%
	Tous vins	4,19		4,06		0,13	3,2%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins rouges

Hyper	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Super	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Tous circuits	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles

VOLUME

Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
258,2	9%	248,5	8%	9,7	3,9%
170,1	6%	154,0	5%	16,0	10,4%
596,9	20%	568,5	19%	28,4	5,0%
172,6	6%	187,2	6%	-14,6	-7,8%
1 717,4	57%	1 809,2	59%	-91,8	-5,1%
104,1	3%	98,4	3%	5,7	5,8%
3 019,2	100%	3 065,8	100%	-46,7	-1,5%
167,0	8%	177,1	8%	-10,1	-5,7%
155,3	7%	164,9	8%	-9,6	-5,8%
393,1	19%	379,3	18%	13,8	3,6%
175,9	8%	184,5	9%	-8,6	-4,7%
1 120,9	53%	1 166,4	54%	-45,5	-3,9%
88,4	4%	89,2	4%	-0,8	-0,9%
2 100,6	100%	2 161,5	100%	-60,9	-2,8%
425,2	8%	425,6	8%	-0,4	-0,1%
325,3	6%	318,9	6%	6,4	2,0%
990,0	19%	947,8	18%	42,2	4,5%
348,5	7%	371,7	7%	-23,2	-6,2%
2 838,3	55%	2 975,6	57%	-137,3	-4,6%
192,5	4%	187,6	4%	4,8	2,6%
5 119,8	100%	5 227,3	100%	-107,5	-2,1%

Hyper	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Super	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Tous circuits	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles

VALEUR

Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
54,4	4%	51,1	4%	3,3	6,4%
30,5	2%	26,7	2%	3,7	14,0%
158,3	12%	144,3	11%	14,0	9,7%
38,0	3%	37,3	3%	0,7	1,9%
1 044,6	77%	1 048,1	79%	-3,5	-0,3%
27,7	2%	26,6	2%	1,1	4,1%
1 353,4	100%	1 334,1	100%	19,3	1,4%
37,4	4%	38,3	4%	-1,0	-2,5%
27,9	3%	28,0	3%	-0,1	-0,5%
110,3	13%	103,3	12%	7,0	6,8%
39,7	5%	39,5	5%	0,2	0,6%
637,7	73%	629,7	73%	8,0	1,3%
21,4	2%	21,7	3%	-0,2	-1,1%
874,4	100%	860,4	100%	14,0	1,6%
91,8	4%	89,4	4%	2,3	2,6%
58,3	3%	54,7	2%	3,6	6,6%
268,6	12%	247,6	11%	21,0	8,5%
77,7	3%	76,7	3%	0,9	1,2%
1 682,3	76%	1 677,8	76%	4,5	0,3%
49,1	2%	48,3	2%	0,9	1,8%
2 227,8	100%	2 194,5	100%	33,3	1,5%

Hyper	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Super	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Tous circuits	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles

PRIX MOYEN €/LITRE

Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
€/litre		€/litre		€/litre	en %
2,11		2,06		0,05	2,4%
1,79		1,73		0,06	3,3%
2,65		2,54		0,11	4,5%
2,20		1,99		0,21	10,5%
6,08		5,79		0,29	5,0%
2,66		2,70		-0,04	-1,6%
4,48		4,35		0,13	3,0%
2,24		2,16		0,07	3,4%
1,79		1,70		0,10	5,7%
2,81		2,72		0,08	3,0%
2,26		2,14		0,12	5,5%
5,69		5,40		0,29	5,4%
2,42		2,43		0,00	-0,2%
4,16		3,98		0,18	4,6%
2,16		2,10		0,06	2,7%
1,79		1,71		0,08	4,5%
2,71		2,61		0,10	3,9%
2,23		2,06		0,16	7,9%
5,93		5,64		0,29	5,1%
2,55		2,57		-0,02	-0,8%
4,35		4,20		0,15	3,6%

Source Symphony IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins blancs

Hyper	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Super	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Tous circuits	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles

VOLUME

Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
98,2	10%	115,9	12%	-17,6	-15,2%
73,6	7%	57,8	6%	15,8	27,4%
202,0	20%	188,4	19%	13,7	7,2%
34,8	3%	35,4	4%	-0,6	-1,8%
548,4	55%	557,3	56%	-8,9	-1,6%
41,7	4%	36,1	4%	5,6	15,4%
998,8	100%	990,9	100%	7,9	0,8%
75,2	11%	88,4	13%	-13,1	-14,9%
59,2	9%	49,8	7%	9,4	18,9%
152,5	22%	145,1	21%	7,4	5,1%
22,6	3%	24,3	4%	-1,7	-7,1%
338,8	49%	347,4	50%	-8,5	-2,5%
36,2	5%	35,7	5%	0,5	1,5%
684,6	100%	690,7	100%	-6,1	-0,9%
173,5	10%	204,2	12%	-30,8	-15,1%
132,8	8%	107,6	6%	25,2	23,5%
354,5	21%	333,5	20%	21,1	6,3%
57,4	3%	59,8	4%	-2,4	-4,0%
887,3	53%	904,7	54%	-17,4	-1,9%
77,9	5%	71,8	4%	6,1	8,5%
1 683,4	100%	1 681,6	100%	1,8	0,1%

Hyper	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Super	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Tous circuits	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles

VALEUR

Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
23,5	5%	27,5	6%	-4,0	-14,6%
15,0	3%	10,9	2%	4,1	37,4%
66,2	13%	59,9	12%	6,3	10,5%
13,4	3%	13,5	3%	-0,1	-0,6%
367,6	74%	362,1	75%	5,5	1,5%
10,3	2%	9,4	2%	0,8	8,9%
496,0	100%	483,3	100%	12,7	2,6%
19,4	6%	22,4	7%	-3,0	-13,5%
11,3	3%	9,0	3%	2,4	26,6%
53,5	16%	49,3	15%	4,2	8,6%
8,7	3%	9,1	3%	-0,3	-3,8%
225,4	69%	222,8	69%	2,6	1,2%
8,9	3%	8,7	3%	0,2	1,8%
327,2	100%	321,2	100%	6,0	1,9%
42,9	5%	50,0	6%	-7,0	-14,1%
26,3	3%	19,9	2%	6,5	32,5%
119,7	15%	109,2	14%	10,5	9,6%
22,1	3%	22,5	3%	-0,4	-1,9%
593,0	72%	584,9	73%	8,1	1,4%
19,1	2%	18,1	2%	1,0	5,5%
823,2	100%	804,5	100%	18,6	2,3%

Hyper	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Super	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles
Tous circuits	Vin de France SIG
	VSIG UE
	IGP de cépage
	IGP standard
	AOP
	Vin étranger
	Tous vins tranquilles

PRIX MOYEN €/LITRE

Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
€/litre		€/litre		€/litre	en %
2,39		2,38		0,02	0,7%
2,04		1,89		0,15	7,9%
3,27		3,18		0,10	3,1%
3,85		3,80		0,05	1,2%
6,70		6,50		0,21	3,2%
2,47		2,61		-0,15	-5,6%
4,97		4,88		0,09	1,8%
2,58		2,54		0,04	1,6%
1,91		1,80		0,12	6,5%
3,51		3,40		0,11	3,3%
3,85		3,72		0,13	3,5%
6,65		6,41		0,24	3,7%
2,44		2,44		0,01	0,3%
4,78		4,65		0,13	2,8%
2,47		2,45		0,03	1,1%
1,98		1,85		0,14	7,4%
3,38		3,27		0,10	3,1%
3,85		3,77		0,08	2,1%
6,68		6,46		0,22	3,4%
2,46		2,53		-0,07	-2,7%
4,89		4,78		0,11	2,2%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins rosés

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
Hyper	Vin de France SIG	140,3	14%	139,4	14%	1,0	0,7%
	VSIG UE	61,5	6%	50,8	5%	10,7	21,2%
	IGP de cépage	351,5	35%	313,6	32%	37,9	12,1%
	IGP standard	389,8	39%	355,5	36%	34,3	9,7%
	AOP	632,0	63%	689,3	70%	-57,2	-8,3%
	Vin étranger	93,5	9%	76,7	8%	16,8	21,8%
Tous vins tranquilles		998,8	100%	990,9	100%	7,9	0,8%
Super	Vin de France SIG	105,1	8%	118,6	10%	-13,5	-11,3%
	VSIG UE	47,7	4%	38,1	3%	9,6	25,3%
	IGP de cépage	242,8	19%	222,3	18%	20,5	9,2%
	IGP standard	338,0	27%	330,9	27%	7,1	2,1%
	AOP	432,7	35%	462,4	37%	-29,7	-6,4%
	Vin étranger	80,1	6%	72,8	6%	7,2	9,9%
Tous vins tranquilles		1 246,4	100%	1 245,1	100%	1,3	0,1%
Tous circuits	Vin de France SIG	245,5	8%	257,9	9%	-12,5	-4,8%
	VSIG UE	109,2	4%	88,9	3%	20,4	22,9%
	IGP de cépage	594,3	20%	535,9	19%	58,4	10,9%
	IGP standard	727,8	25%	686,4	24%	41,4	6,0%
	AOP	1 064,7	37%	1 151,6	40%	-86,9	-7,5%
	Vin étranger	173,5	6%	149,6	5%	24,0	16,0%
Tous vins tranquilles		2 915,1	100%	2 870,3	100%	44,8	1,6%

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Hyper	Vin de France SIG	29,8	5%	28,6	5%	1,2	4,2%
	VSIG UE	9,9	2%	8,1	1%	1,8	21,8%
	IGP de cépage	98,8	17%	84,5	15%	14,4	17,0%
	IGP standard	109,8	19%	93,7	17%	16,2	17,3%
	AOP	311,7	54%	316,2	58%	-4,5	-1,4%
	Vin étranger	18,3	3%	15,8	3%	2,5	15,9%
Tous vins tranquilles		578,3	100%	546,8	100%	31,5	5,8%
Super	Vin de France SIG	24,2	6%	25,5	6%	-1,3	-5,1%
	VSIG UE	8,8	2%	7,2	2%	1,5	21,3%
	IGP de cépage	71,0	16%	63,1	15%	7,9	12,6%
	IGP standard	97,2	22%	89,7	21%	7,5	8,4%
	AOP	222,6	51%	223,2	53%	-0,6	-0,2%
	Vin étranger	15,6	4%	14,2	3%	1,4	10,0%
Tous vins tranquilles		439,4	100%	422,9	100%	16,5	3,9%
Tous circuits	Vin de France SIG	54,0	5%	54,1	6%	-0,1	-0,2%
	VSIG UE	18,6	2%	15,3	2%	3,3	21,6%
	IGP de cépage	169,9	17%	147,6	15%	22,3	15,1%
	IGP standard	207,0	20%	183,4	19%	23,7	12,9%
	AOP	534,3	52%	539,4	56%	-5,1	-0,9%
	Vin étranger	33,9	3%	30,0	3%	3,9	13,1%
Tous vins tranquilles		1 017,8	100%	969,7	100%	48,0	5,0%

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Hyper	Vin de France SIG	2,12		2,05		0,07	3,5%
	VSIG UE	1,60		1,60		0,01	0,5%
	IGP de cépage	2,81		2,69		0,12	4,4%
	IGP standard	2,82		2,63		0,18	6,9%
	AOP	4,93		4,59		0,34	7,5%
	Vin étranger	1,96		2,06		-0,10	-4,9%
Tous vins tranquilles		3,47		3,36		0,10	3,0%
Super	Vin de France SIG	2,30		2,15		0,15	7,1%
	VSIG UE	1,84		1,90		-0,06	-3,2%
	IGP de cépage	2,93		2,84		0,09	3,0%
	IGP standard	2,88		2,71		0,17	6,1%
	AOP	5,15		4,83		0,32	6,6%
	Vin étranger	1,95		1,95		0,00	0,0%
Tous vins tranquilles		4,07		3,92		0,15	3,9%
Tous circuits	Vin de France SIG	2,20		2,10		0,10	4,9%
	VSIG UE	1,71		1,73		-0,02	-1,1%
	IGP de cépage	2,86		2,75		0,10	3,8%
	IGP standard	2,84		2,67		0,17	6,5%
	AOP	5,02		4,68		0,33	7,1%
	Vin étranger	1,95		2,00		-0,05	-2,5%
Tous vins tranquilles		3,49		3,38		0,11	3,3%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins par catégories

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
Hyper	AOP	2 897,9	51%	3 055,8	607%	-157,9	-5,2%
	Vin de France SIG	496,8	9%	503,7	100%	-7,0	-1,4%
	VSIG UE	305,2	5%	262,6	52%	42,6	16,2%
	IGP de cépage	1 150,4	20%	1 070,4	213%	79,9	7,5%
	IGP standard	597,2	11%	578,2	115%	19,1	3,3%
	Vin étranger	239,2	4%	211,3	42%	28,0	13,2%
	Tous vins tranquilles	5 686,7	100%	503,7	100%	5 182,9	1028,9%
Super	AOP	1 892,4	47%	1 976,2	48%	-83,7	-4,2%
	Vin de France SIG	347,4	9%	384,1	9%	-36,7	-9,6%
	VSIG UE	262,2	7%	252,8	6%	9,4	3,7%
	IGP de cépage	788,5	20%	746,7	18%	41,7	5,6%
	IGP standard	536,5	13%	539,7	13%	-3,2	-0,6%
	Vin étranger	204,7	5%	197,8	5%	6,9	3,5%
	Tous vins tranquilles	4 031,6	100%	4 097,2	100%	-65,6	-1,6%
Tous circuits	AOP	4 790,3	49%	5 032,0	51%	-241,7	-4,8%
	Vin de France SIG	844,1	9%	887,8	9%	-43,7	-4,9%
	VSIG UE	567,4	6%	515,4	5%	52,0	10,1%
	IGP de cépage	1 938,8	20%	1 817,2	19%	121,6	6,7%
	IGP standard	1 133,7	12%	1 117,9	11%	15,8	1,4%
	Vin étranger	443,9	5%	409,0	4%	34,9	8,5%
	Tous vins tranquilles	9 718,3	100%	9 779,2	100%	-60,9	-0,6%

VOLUME

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Hyper	AOP	1 723,9	71%	1 726,5	73%	-2,5	-0,1%
	Vin de France SIG	107,7	4%	107,2	5%	0,5	0,4%
	VSIG UE	55,3	2%	45,7	2%	9,6	21,0%
	IGP de cépage	323,3	13%	288,6	12%	34,7	12,0%
	IGP standard	161,2	7%	144,4	6%	16,8	11,6%
	Vin étranger	56,3	2%	51,8	2%	4,5	8,6%
	Tous vins tranquilles	2 427,7	100%	2 364,2	100%	63,5	2,7%
Super	AOP	1 085,7	66%	1 075,6	67%	10,1	0,9%
	Vin de France SIG	80,9	5%	86,2	5%	-5,3	-6,1%
	VSIG UE	48,0	3%	44,2	3%	3,8	8,6%
	IGP de cépage	234,9	14%	215,7	13%	19,2	8,9%
	IGP standard	145,6	9%	138,2	9%	7,4	5,3%
	Vin étranger	45,9	3%	44,6	3%	1,3	3,0%
	Tous vins tranquilles	1 641,0	100%	1 604,5	100%	36,5	2,3%
Tous circuits	AOP	2 809,6	69%	2 802,1	71%	7,5	0,3%
	Vin de France SIG	188,7	5%	193,5	5%	-4,8	-2,5%
	VSIG UE	103,3	3%	89,9	2%	13,4	14,9%
	IGP de cépage	558,1	14%	504,3	13%	53,9	10,7%
	IGP standard	306,8	8%	282,6	7%	24,2	8,5%
	Vin étranger	102,2	3%	96,4	2%	5,8	6,0%
	Tous vins tranquilles	4 068,7	100%	3 968,8	100%	99,9	2,5%

VALEUR

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Hyper	AOP	5,95		5,65		0,30	5,3%
	Vin de France SIG	2,17		2,13		0,04	1,9%
	VSIG UE	1,81		1,74		0,07	4,1%
	IGP de cépage	2,81		2,70		0,11	4,2%
	IGP standard	2,70		2,50		0,20	8,1%
	Vin étranger	2,35		2,45		-0,10	-4,1%
	Tous vins tranquilles	4,27		4,16		0,11	2,6%
Super	AOP	5,74		5,44		0,29	5,4%
	Vin de France SIG	2,33		2,24		0,09	3,8%
	VSIG UE	1,83		1,75		0,08	4,7%
	IGP de cépage	2,98		2,89		0,09	3,1%
	IGP standard	2,71		2,56		0,15	6,0%
	Vin étranger	2,24		2,25		-0,01	-0,5%
	Tous vins tranquilles	4,07		3,92		0,15	3,9%
Tous circuits	AOP	5,87		5,57		0,30	5,3%
	Vin de France SIG	2,23		2,18		0,06	2,6%
	VSIG UE	1,82		1,74		0,08	4,4%
	IGP de cépage	2,88		2,78		0,10	3,7%
	IGP standard	2,71		2,53		0,18	7,0%
	Vin étranger	2,30		2,36		-0,06	-2,3%
	Tous vins tranquilles	4,19		4,06		0,13	3,2%

PRIX MOYEN €/LITRE

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le bilan des AOP par couleur

Volume		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
Hyper	Rouges	1 717,4	59%	1 809,2	59%	-91,8	-5,1%
	Rosés	632,0	22%	689,3	23%	-57,2	-8,3%
	Blancs	548,4	19%	557,3	18%	-8,9	-1,6%
	Tous AOP	2 897,9	100%	3 055,8	100%	-157,9	-5,2%
Super	Rouges	1 120,9	59%	1 166,4	59%	-45,5	-3,9%
	Rosés	432,7	23%	462,4	23%	-29,7	-6,4%
	Blancs	338,8	18%	347,4	18%	-8,5	-2,5%
	Tous AOP	1 892,4	100%	1 976,2	100%	-83,7	-4,2%
Tous circuits	Rouges	2 838,3	59%	2 975,6	59%	-137,3	-4,6%
	Rosés	1 064,7	22%	1 151,6	23%	-86,9	-7,5%
	Blancs	887,3	19%	904,7	18%	-17,4	-1,9%
	Tous AOP	4 790,3	100%	5 032,0	100%	-241,7	-4,8%

Valeur		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Hyper	Rouges	1 044,6	61%	1 048,1	61%	-3,5	-0,3%
	Rosés	311,7	18%	316,2	18%	-4,5	-1,4%
	Blancs	367,6	21%	362,1	21%	5,5	1,5%
	Tous AOP	1 723,9	100%	1 726,5	100%	-2,5	-0,1%
Super	Rouges	637,7	59%	629,7	59%	8,0	1,3%
	Rosés	222,6	21%	223,2	21%	-0,6	-0,2%
	Blancs	225,4	21%	222,8	21%	2,6	1,2%
	Tous AOP	1 085,7	100%	1 075,6	100%	10,1	0,9%
Tous circuits	Rouges	1 682,3	60%	1 677,8	60%	4,5	0,3%
	Rosés	534,3	19%	539,4	19%	-5,1	-0,9%
	Blancs	593,0	21%	584,9	21%	8,1	1,4%
	Tous AOP	2 809,6	100%	2 802,1	100%	7,5	0,3%

Prix moyen		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Hyper	Rouges	6,08		5,79		0,29	5,0%
	Rosés	4,93		4,59		0,34	7,5%
	Blancs	6,70		6,50		0,21	3,2%
	Tous AOP	5,95		5,65		0,30	5,3%
Super	Rouges	5,69		5,40		0,29	5,4%
	Rosés	5,15		4,83		0,32	6,6%
	Blancs	6,65		6,41		0,24	3,7%
	Tous AOP	5,74		5,44		0,29	5,4%
Tous circuits	Rouges	5,93		5,64		0,29	5,1%
	Rosés	5,02		4,68		0,33	7,1%
	Blancs	6,68		6,46		0,22	3,4%
	Tous AOP	5,87		5,57		0,30	5,3%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le bilan des AOP par régions

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
Volume						
Bordeaux	1340,7	28%	1429,1	28%	-88,4	-6,2%
Bourgogne	198,5	4%	226,4	4%	-27,9	-12,3%
Beaujolais	111,3	2%	120,2	2%	-8,9	-7,4%
Alsace	216,3	5%	217,0	4%	-0,7	-0,3%
Rhône	884,3	18%	927,9	18%	-43,6	-4,7%
Loire	683,9	14%	705,1	14%	-21,2	-3,0%
Languedoc-Roussillon	411,1	9%	385,3	8%	25,8	6,7%
Provence Corse	433,9	9%	479,5	10%	-45,5	-9,5%
Aquitaine Sud-Ouest	456,2	10%	486,1	10%	-29,8	-6,1%
Autres	54,1	1%	55,6	1%	-1,5	-2,6%
Total AOP	4790,3	100%	5032,0	100%	-241,7	-4,8%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Valeur						
Bordeaux	895,5	32%	910,6	32%	-15,1	-1,7%
Bourgogne	200,3	7%	209,0	7%	-8,7	-4,2%
Beaujolais	75,4	3%	77,4	3%	-2,0	-2,6%
Alsace	148,3	5%	146,1	5%	2,3	1,5%
Rhône	421,2	15%	414,0	15%	7,2	1,7%
Loire	353,5	13%	346,3	12%	7,1	2,1%
Languedoc-Roussillon	184,0	7%	167,2	6%	16,8	10,0%
Provence Corse	258,6	9%	260,6	9%	-1,9	-0,7%
Aquitaine Sud-Ouest	231,2	8%	229,8	8%	1,4	0,6%
Autres	41,6	1%	41,1	1%	0,5	1,3%
Total AOP	2809,6	100%	2802,1	100%	7,5	0,3%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen						
Bordeaux	6,68		6,37		0,31	4,8%
Bourgogne	10,09		9,23		0,86	9,3%
Beaujolais	6,77		6,44		0,33	5,2%
Alsace	6,86		6,73		0,13	1,9%
Rhône	4,76		4,46		0,30	6,8%
Loire	5,17		4,91		0,26	5,2%
Languedoc-Roussillon	4,48		4,34		0,14	3,1%
Provence Corse	5,96		5,43		0,53	9,7%
Aquitaine Sud-Ouest	5,07		4,73		0,34	7,2%
Autres	7,69		7,40		0,30	4,0%
Total AOP	5,87		5,57		0,30	5,3%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le bilan des AOP rouges par régions

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
Volume						
Bordeaux	1 138,6	40%	1 213,1	41%	-74,5	-6,1%
Bourgogne	78,3	3%	88,9	3%	-10,6	-11,9%
Beaujolais	108,3	4%	117,1	4%	-8,9	-7,6%
Val de Loire	150,0	5%	153,2	5%	-3,1	-2,0%
Rhône	735,0	26%	766,9	26%	-31,8	-4,2%
Languedoc-Roussillon	315,0	11%	295,7	10%	19,3	6,5%
Aquitaine Sud-Ouest	273,2	10%	298,0	10%	-24,8	-8,3%
Provence Corse	19,6	1%	21,5	1%	-2,0	-9,1%
Alsace	10,0	0%	10,3	0%	-0,3	-3,0%
Autres	10,4	0%	11,1	0%	-0,7	-6,1%
Total AOP	2 838,3	100%	2 975,6	100%	-137,3	-4,6%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Valeur						
Bordeaux	782,3	47%	794,6	47%	-12,3	-1,6%
Bourgogne	86,3	5%	91,0	5%	-4,7	-5,1%
Beaujolais	73,7	4%	75,7	5%	-2,0	-2,6%
Val de Loire	91,5	5%	89,7	5%	1,8	2,0%
Rhône	353,7	21%	345,2	21%	8,5	2,5%
Languedoc-Roussillon	139,6	8%	126,9	8%	12,7	10,0%
Aquitaine Sud-Ouest	126,8	8%	125,7	7%	1,2	0,9%
Provence Corse	13,1	1%	13,8	1%	-0,6	-4,6%
Alsace	7,9	0%	7,9	0%	0,0	0,5%
Autres	7,2	0%	7,3	0%	-0,1	-1,7%
Total AOP	1 682,3	100%	1 677,8	100%	4,5	0,3%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen						
Bordeaux	6,87		6,55		0,32	4,9%
Bourgogne	11,02		10,23		0,79	7,7%
Beaujolais	6,81		6,46		0,34	5,3%
Val de Loire	6,10		5,86		0,24	4,1%
Rhône	4,81		4,50		0,31	6,9%
Languedoc-Roussillon	4,43		4,29		0,14	3,3%
Aquitaine Sud-Ouest	4,64		4,22		0,43	10,1%
Provence Corse	6,70		6,39		0,32	5,0%
Alsace	7,97		7,69		0,28	3,6%
Autres	6,93		6,63		0,30	4,6%
Total AOP	5,93		5,64		0,29	5,1%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le bilan des AOP rosées par régions

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
Volume						
Bordeaux	95,8	9%	110,1	10%	-14,3	-13,0%
Bourgogne	0,9	0%	1,1	0%	-0,3	-23,9%
Beaujolais	2,7	0%	2,8	0%	-0,1	-2,9%
Val de Loire	273,9	26%	291,3	25%	-17,3	-6,0%
Rhône	136,5	13%	148,9	13%	-12,4	-8,3%
Languedoc-Roussillon	68,3	6%	63,5	6%	4,8	7,6%
Aquitaine Sud-Ouest	76,1	7%	79,5	7%	-3,3	-4,2%
Provence Corse	408,5	38%	452,5	39%	-43,9	-9,7%
Autres	2,0	0%	2,0	0%	-0,1	-2,9%
Total AOP	1064,7	100%	1151,6	100%	-86,9	-7,5%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Valeur						
Bordeaux	44,5	8%	48,7	9%	-4,2	-8,6%
Bourgogne	0,6	0%	0,7	0%	-0,1	-12,6%
Beaujolais	1,4	0%	1,5	0%	-0,1	-3,5%
Val de Loire	123,9	23%	123,7	23%	0,3	0,2%
Rhône	58,4	11%	60,2	11%	-1,9	-3,1%
Languedoc-Roussillon	29,4	6%	26,6	5%	2,8	10,6%
Aquitaine Sud-Ouest	34,2	6%	34,4	6%	-0,2	-0,6%
Provence Corse	240,7	45%	242,5	45%	-1,8	-0,7%
Autres	1,3	0%	1,3	0%	0,0	-1,5%
Total AOP	534,3	100%	539,4	100%	-5,1	-0,9%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen						
Bordeaux	4,64		4,42		0,22	5,0%
Bourgogne	6,90		6,00		0,89	14,9%
Beaujolais	5,33		5,36		-0,03	-0,5%
Val de Loire	4,52		4,25		0,28	6,5%
Rhône	4,28		4,04		0,23	5,7%
Languedoc-Roussillon	4,31		4,19		0,12	2,8%
Aquitaine Sud-Ouest	4,49		4,33		0,16	3,7%
Provence Corse	5,89		5,36		0,53	10,0%
Autres	6,47		6,38		0,09	1,4%
Total AOP	5,02		4,68		0,33	7,1%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le bilan des AOP blanches par régions

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	PDM (%)	1000 hl	en %
Volume						
Bordeaux	106,3	12%	105,9	12%	0,5	0,4%
Bourgogne	119,4	13%	136,4	15%	-17,0	-12,5%
Beaujolais	0,3	0%	0,3	0%	0,1	32,4%
Val de Loire	259,9	29%	260,7	29%	-0,7	-0,3%
Rhône	12,7	1%	12,1	1%	0,6	5,4%
Languedoc-Roussillon	27,8	3%	26,2	3%	1,6	6,0%
Aquitaine Sud-Ouest	106,9	12%	108,6	12%	-1,7	-1,6%
Provence Corse	5,8	1%	5,5	1%	0,4	6,9%
Alsace	206,3	23%	206,7	23%	-0,4	-0,2%
Autres	41,8	5%	42,5	5%	-0,7	-1,7%
Total AOP	887,3	100%	904,7	100%	-17,4	-1,9%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	Millions €	PDM (%)	Millions €	PDM (%)	Millions €	en %
Valeur						
Bordeaux	68,8	12%	67,3	12%	1,5	2,2%
Bourgogne	113,4	19%	117,3	20%	-3,9	-3,3%
Beaujolais	0,3	0%	0,2	0%	0,1	34,7%
Val de Loire	138,0	23%	133,0	23%	5,0	3,8%
Rhône	9,1	2%	8,6	1%	0,5	6,2%
Languedoc-Roussillon	14,9	3%	13,7	2%	1,2	8,8%
Aquitaine Sud-Ouest	70,2	12%	69,8	12%	0,4	0,6%
Provence Corse	4,8	1%	4,4	1%	0,5	10,4%
Alsace	140,4	24%	138,2	24%	2,2	1,6%
Autres	33,2	6%	32,5	6%	0,7	2,1%
Total AOP	593,0	100%	584,9	100%	8,1	1,4%

	Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
	€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen						
Bordeaux	6,47		6,36		0,11	1,7%
Bourgogne	9,50		8,60		0,90	10,4%
Beaujolais	7,54		7,41		0,13	1,8%
Val de Loire	5,31		5,10		0,21	4,1%
Rhône	7,16		7,10		0,06	0,8%
Languedoc-Roussillon	5,38		5,24		0,14	2,7%
Aquitaine Sud-Ouest	6,56		6,43		0,14	2,2%
Provence Corse	8,25		7,99		0,27	3,3%
Alsace	6,80		6,68		0,12	1,8%
Autres	7,94		7,65		0,29	3,9%
Total AOP	6,68		6,46		0,22	3,4%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le bilan des appellations par bassins (1)

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	1000 hl	PDM volume %	Evolution sur 1 an %	millions €	PDM valeur %	Evolution sur 1 an %	€/litre	Evolution sur 1 an %
Bordeaux	1 341		-6,2	895,5		-1,65	6,68	4,83
Bordeaux rouges	1 139	85%	-6,1	782,3	87%	-1,55	6,87	4,89
<i>AOP Bordeaux & Bordeaux sup.</i>	659	58%	-6,6	316,3	40%	-1,07	4,80	5,88
<i>AOP des Côtes</i>	187	16%	-9,4	106,6	14%	-1,55	5,70	8,64
<i>AOP Médoc & Graves</i>	185	16%	-1,9	236,8	30%	-2,56	12,79	-0,72
<i>AOP Libournais</i>	107	9%	-4,7	122,6	16%	-0,82	11,42	4,11
Bordeaux rosés	96	7%	-13,0	44,5	5%	-8,62	4,64	5,05
Bordeaux blancs	106	8%	0,4	68,8	8%	2,16	6,47	1,71
<i>AOP Bordeaux (sec)</i>	38	36%	-4,5	16,6	24%	-1,02	4,38	3,63
<i>AOP Entre-Deux-Mers (sec)</i>	15	14%	4,4	7,5	11%	8,01	4,94	3,42
<i>AOP Bordeaux blancs (moelleux)</i>	22	21%	3,5	8,5	12%	6,00	3,84	2,45
<i>AOP Sauternes (doux)</i>	12	11%	2,8	19,0	28%	-0,83	15,84	-3,57
Vallée du Rhône	884		-4,7	421,2		1,74		
Vallée du Rhône rouges	735	83%	-4,2	353,7	84%	2,47	4,81	6,91
<i>AOP Côtes du Rhône</i>	489	67%	-6,2	188,8	53%	0,16	3,86	6,82
<i>AOP Villages</i>	82	11%	-4,1	47,0	13%	1,02	5,70	5,35
<i>AOP Côtes du Ventoux</i>	44	6%	-15,8	15,6	4%	-7,50	3,55	9,88
<i>AOP Costières de Nîmes</i>	24	3%	49,5	9,6	3%	44,37	3,91	-3,46
<i>AOP Crozes Hermitage</i>	17	2%	16,1	17,0	5%	18,62	10,28	2,20
<i>AOP Côtes du Lubéron</i>	13	2%	9,3	5,4	2%	15,73	4,14	5,92
Vallée du Rhône rosés	137	15%	-8,3	58,4	14%	-3,08	4,28	5,73
<i>AOP Côtes du Rhône</i>	42	31%	-2,8	16,5	28%	1,58	3,96	4,46
<i>AOP Ventoux</i>	27	20%	-27,0	9,9	17%	-17,58	3,63	12,84
<i>AOP Lubéron</i>	24	18%	10,3	9,5	16%	16,83	3,90	5,97
<i>AOP Costières de Nîmes</i>	24	17%	-6,1	8,7	15%	-3,17	3,66	3,15
<i>AOP Tavel</i>	15	11%	-10,0	11,9	20%	-7,70	8,11	2,61
Vallée de la Loire	684		-3,01	353,5		2,05	5,17	5,22
Vallée de la Loire rouges	150	22%	-2,03	91,5	26%	2,02	6,10	4,14
<i>AOP Saumur Champigny</i>	32	22%	-10,56	21,8	24%	-5,58	6,72	5,57
<i>AOP Bourgueuil</i>	23	16%	0,54	12,9	14%	3,51	5,52	2,95
<i>AOP Chinon</i>	21	14%	-2,60	12,9	14%	1,89	6,03	4,61
<i>AOP St-Nicolas de Bourgueuil</i>	16	11%	6,12	11,5	13%	10,93	7,07	4,53
<i>AOP Touraine</i>	16	10%	-6,00	7,0	8%	-0,49	4,47	5,86
<i>AOP Saumur</i>	12	8%	10,89	6,1	7%	11,22	4,99	0,30
<i>AOP Anjou</i>	8	5%	-1,44	4,2	5%	1,63	5,29	3,11
Vallée de la Loire rosés	274	40%	-5,95	123,9	35%	0,21	4,52	6,55
<i>AOP Cabernet d'Anjou</i>	190	69%	-5,86	87,2	70%	-0,64	4,59	5,55
<i>AOP Rosé d'ANJOU</i>	49	18%	-8,29	20,6	17%	1,87	4,19	11,08
<i>AOP Rosé de Loire</i>	21	8%	-6,09	8,5	7%	-0,38	4,09	6,08
Vallée de la Loire blancs	260	38%	-0,28	138,0	39%	3,79	5,31	4,09
<i>AOP Muscadet</i>	72	28%	8,27	25,3	18%	10,29	3,49	1,87
<i>AOP Muscadet Sèvre & Maine s/Lie</i>	59	23%	-1,03	29,1	21%	3,84	4,94	4,92
<i>AOP Touraine</i>	26	10%	-2,59	13,3	10%	4,56	5,20	7,34
<i>AOP Muscadet Sèvre & Maine Gros Plant</i>	18	7%	-5,05	8,0	6%	-0,71	4,41	4,57
<i>Gros Plant</i>	17	7%	-9,27	5,2	4%	-6,81	2,97	2,71
Bourgogne	199		-12,31	200,3		-4,15	10,09	9,30
Bourgogne rouges	78	39%	-11,93	86,3	43%	-5,15	11,02	7,71
<i>Pinot Noir</i>	17	21%	-10,98	14,5	17%	-1,99	8,61	10,09
<i>Hautes Côtes de Nuits</i>	7	9%	-8,63	8,2	9%	1,37	11,22	10,94
Bourgogne blancs	119	60%	-12,45	113,4	57%	-3,34	9,50	10,41
<i>AOP Bourgogne Aligoté</i>	32	27%	-19,64	22,5	20%	-10,77	6,99	11,03
<i>AOP Bourgogne Chardonnay</i>	21	17%	-3,10	15,4		5,61	7,47	8,99
<i>Chablis Chablisien</i>	15	13%	-17,95	19,0	17%	-9,13	12,35	10,75
<i>Macon Villages</i>	13	10%	-14,46	9,6	8%	-3,76	7,67	12,51

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le bilan des appellations par bassins (2)

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	1000 hl	PDM volume %	Evolution sur 1 an %	millions €	PDM valeur %	Evolution sur 1 an %	€/litre	Evolution sur 1 an %
Aquitaine Sud-Ouest	456		-6,1	231,2		0,6	5,1	7,2
Aquitaine Sud-Ouest rouges	273	60%	-8,3	126,8	55%	0,9	4,6	10,1
<i>AOP Bergerac</i>	67	24%	-28,6	26,0	21%	-16,2	3,9	17,5
<i>AOP Cahors</i>	49	18%	-5,5	20,5	16%	3,2	4,2	9,2
<i>AOP Buzet</i>	34	12%	9,1	17,6	14%	11,2	5,2	1,9
<i>AOP Gaillac</i>	30	11%	3,7	13,6	11%	7,7	4,5	3,9
<i>AOP Madiran</i>	21	8%	1,3	13,6	11%	6,0	6,4	4,6
<i>AOP Frontonnais</i>	18	7%	-5,5	8,4	7%	0,9	4,7	6,7
<i>AOP Côtes du Marmandais</i>	16	6%	4,7	6,5	5%	10,7	4,0	5,7
<i>AOP Côtes de St-Mont</i>	11		0,1	6,7		2,5	5,9	2,4
<i>AOP Côtes de Duras</i>	9	3%	4,8	4,2	3%	16,7	4,5	11,3
Aquitaine Sud-Ouest rosés	76	17%	-4,2	34,2	15%	-0,6	4,5	3,7
Aquitaine Sud-Ouest blancs	107	23%	-1,6	70,2	30%	0,6	6,6	2,2
<i>AOP Monbazillac</i>	33	30%	-1,2	25,8	37%	-0,9	7,9	0,4
<i>AOP Côtes de Bergerac</i>	22	21%	-2,7	9,5	13%	1,2	4,2	4,0
<i>AOP Jurançon moelleux</i>	12	11%	5,5	11,7	17%	6,9	9,6	1,3
<i>AOP Bergerac</i>	11	10%	-4,1	5,0	7%	-0,4	4,5	3,9
<i>AOP Gaillac</i>	9	9%	-6,0	4,4	6%	-4,1	4,8	2,1
<i>AOP Jurançon sec</i>	6	6%	-5,4	5,6	8%	-5,7	8,7	-0,3
Languedoc Roussillon	411		6,7	184,0		10,0	4,5	3,1
Languedoc Roussillon rouges	315	77%	6,5	139,6	76%	10,0	4,4	3,3
<i>AOP Corbières</i>	140	45%	7,9	46,1	33%	11,1	3,3	3,0
<i>AOP Languedoc</i>	32	10%	19,8	16,0	11%	17,7	5,0	-1,7
<i>AOP Fitou</i>	30	10%	7,0	15,3	11%	11,0	5,1	3,7
<i>AOP Minervois</i>	25	8%	2,1	10,6	8%	13,8	4,3	11,5
<i>AOP Saint-Chinian</i>	21	7%	-3,8	10,0	7%	0,3	4,9	4,2
<i>AOP Faugères</i>	19	6%	4,2	10,0	7%	8,8	5,4	4,4
<i>AOP Côtes du Roussillon Villages</i>	12	4%	1,5	7,7	6%	1,8	6,2	0,3
<i>AOP Côtes du Roussillon</i>	12	4%	1,5	5,8	4%	0,4	5,0	-1,1
Languedoc Roussillon rosés	68	17%	7,6	29,4	16%	10,6	4,3	2,8
Provence Corse	434		-9,5	258,6		-0,7	6,0	9,7
Provence Corse rosés	409	94%	-9,7	240,7	93%	-0,7	5,9	10,0
<i>AOP Côtes de Provence</i>	270	66%	-5,7	161,1	67%	2,2	6,0	8,3
<i>AOP Côteaux Varois</i>	38	9%	-10,7	18,5	8%	3,0	4,8	15,3
<i>AOP Bandol</i>	18	4%	-6,6	17,6	7%	-3,3	9,9	3,6
<i>AOP Côteaux d'Aix-en-Provence</i>	51	13%	-31,8	24,9	10%	-22,0	4,9	14,4
Alsace	216		-0,3	148,3		1,5	6,9	1,9
Alsace blancs	206	95%	-0,2	140,4	95%	1,6	6,8	1,8
<i>AOP Riesling</i>	61	29%	-1,2	38,6	28%	1,0	6,4	2,2
<i>AOP Sylvaner</i>	32	16%	-4,3	15,3	11%	0,3	4,7	4,8
<i>AOP Pinot gris</i>	26	13%	8,7	21,2	15%	9,3	8,2	0,6
<i>AOP Gewurztraminer</i>	51	25%	0,2	47,2	34%	-0,3	9,3	-0,5
<i>AOP Edelzwicker</i>	24	12%	-2,4	10,2	7%	-0,3	4,2	2,1
Beaujolais	111		-7,4	75,4		-2,6	6,8	5,2
Beaujolais rouges	108	97%	-7,6	73,7	98%	-2,6	6,8	5,3
<i>Beaujolais nouveau</i>	36	33%	-8,6	19,8	27%	-8,2	5,5	0,4
<i>Beaujolais village nouveau</i>	11	10%	-1,4	6,9	9%	-1,2	6,2	0,3
<i>Génériques Beaujolais</i>	11	10%	-28,7	5,8	8%	-20,7	5,2	11,2
<i>Morgon</i>	11	10%	-3,0	8,9	12%	4,1	8,1	7,2
<i>Brouilly</i>	9	8%	-7,3	7,3	10%	-3,0	8,5	4,6

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des IGP par couleur

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM %	1000 hl	PDM %	1000 hl	en %
Volume Hyper	Rouges	769,5	44%	755,7	46%	13,8	1,8%
	Rosés	741,3	42%	669,1	41%	72,2	10,8%
	Blancs	236,8	14%	223,8	14%	13,0	5,8%
	Tous IGP	1 747,6	100%	1 648,6	100%	99,0	6,0%
Super	Rouges	569,0	43%	563,8	44%	5,2	0,9%
	Rosés	580,8	44%	553,2	43%	27,6	5,0%
	Blancs	175,1	13%	169,4	13%	5,7	3,3%
	Tous IGP	1 324,9	100%	1 286,5	100%	38,5	3,0%
Tous circuits	Rouges	1 338,5	44%	1 319,5	45%	19,0	1,4%
	Rosés	1 322,1	43%	1 222,3	42%	99,8	8,2%
	Blancs	411,9	13%	393,2	13%	18,7	4,8%
	Tous IGP	3 072,5	100%	2 935,0	100%	137,5	4,7%

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM %	Millions €	PDM %	Millions €	en %
Valeur Hyper	Rouges	196,26	41%	181,6	42%	14,7	8,1%
	Rosés	208,66	43%	178,1	41%	30,5	17,1%
	Blancs	79,54	16%	73,3	17%	6,2	8,5%
	Tous IGP	484,46	100%	433,0	100%	51,5	11,9%
Super	Rouges	150,0	39%	142,7	40%	7,2	5,1%
	Rosés	168,2	44%	152,8	43%	15,4	10,1%
	Blancs	62,2	16%	58,4	16%	3,9	6,6%
	Tous IGP	380,5	100%	353,9	100%	26,5	7,5%
Tous circuits	Rouges	346,2	40%	324	41%	21,9	6,8%
	Rosés	376,9	44%	331	42%	46,0	13,9%
	Blancs	141,8	16%	132	17%	10,1	7,7%
	Tous IGP	864,9	100%	787	100%	78,0	9,9%

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen Hyper	Rouges	2,43		2,26		0,16	7,1%
	Rosés	2,81		2,66		0,15	5,7%
	Blancs	3,56		3,49		0,07	2,1%
	Tous IGP	2,77		2,63		0,15	5,5%
Super	Rouges	2,53		2,43		0,10	4,1%
	Rosés	2,90		2,77		0,13	4,5%
	Blancs	3,68		3,56		0,12	3,4%
	Tous IGP	2,87		2,75		0,12	4,4%
Tous circuits	Rouges	2,47		2,34		0,13	5,7%
	Rosés	2,85		2,71		0,14	5,1%
	Blancs	3,61		3,52		0,09	2,6%
	Tous IGP	2,82		2,68		0,13	5,0%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des IGP par catégorie réglementaire

Volume		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM %	1000 hl	PDM %	1000 hl	en %
Région	Rouges	955,9	50%	909,7	51%	46,2	5,1%
	Rosés	655,0	34%	602,8	34%	52,2	8,7%
	Blancs	305,5	16%	283,5	16%	21,9	7,7%
	Tous IGP	1 916,4	100%	1 796,0	100%	120,4	6,7%
Département	Rouges	270,9	42%	300,7	45%	-29,8	-9,9%
	Rosés	356,9	56%	355,8	53%	1,0	0,3%
	Blancs	12,1	2%	12,0	2%	0,2	1,5%
	Tous IGP	639,9	100%	668,5	100%	-28,6	-4,3%
Zone	Rouges	111,7	22%	109,1	23%	2,6	2,4%
	Rosés	310,2	60%	263,7	56%	46,5	17,6%
	Blancs	94,3	18%	97,7	21%	-3,4	-3,5%
	Tous IGP	516,2	100%	470,5	100%	45,7	9,7%

Valeur		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM %	Millions €	PDM %	Millions €	en %
Région	Rouges	259,6	47%	237,2	48%	22,4	9,5%
	Rosés	187,0	34%	163,9	33%	23,1	14,1%
	Blancs	103,2	19%	92,8	19%	10,5	11,3%
	Tous IGP	549,8	100%	493,9	100%	55,9	11,3%
Département	Rouges	54,5	38%	56,5	41%	-2,0	-3,5%
	Rosés	83,7	59%	78,9	57%	4,8	6,0%
	Blancs	4,1	3%	3,9	3%	0,2	4,6%
	Tous IGP	142,3	100%	139,4	100%	3,0	2,1%
Zone	Rouges	32,1	19%	30,6	20%	1,5	4,9%
	Rosés	106,3	61%	88,1	57%	18,2	20,6%
	Blancs	34,4	20%	35,0	23%	-0,5	-1,6%
	Tous IGP	172,8	100%	153,7	100%	19,1	12,4%

Prix moyen		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Région	Rouges	2,72		2,61		0,11	4,2%
	Rosés	2,85		2,72		0,14	5,0%
	Blancs	3,38		3,27		0,11	3,3%
	Tous IGP	2,87		2,75		0,12	4,3%
Département	Rouges	2,01		1,88		0,13	7,2%
	Rosés	2,34		2,22		0,13	5,7%
	Blancs	3,40		3,30		0,10	3,0%
	Tous IGP	2,22		2,08		0,14	6,7%
Zone	Rouges	2,88		2,81		0,07	2,5%
	Rosés	3,42		3,34		0,08	2,5%
	Blancs	3,65		3,58		0,07	2,0%
	Tous IGP	3,35		3,27		0,08	2,5%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des IGP avec ou sans indication de cépage

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution		
		1000 hl	PDM %	1000 hl	PDM %	1000 hl	en %	
Volume	IGP de cépage	Rouges	990,0	51%	947,8	52%	42,2	4,5%
		Rosés	594,3	31%	535,9	29%	58,4	10,9%
		Blancs	354,5	18%	333,5	18%	21,1	6,3%
		IGP de cépage	1 938,8	100%	1 817,2	100%	121,6	6,7%
IGP standard	Rouges	348,5	31%	371,7	33%	-23,2	-6,2%	
	Rosés	727,8	64%	686,4	61%	41,4	6,0%	
	Blancs	57,4	5%	59,8	5%	-2,4	-4,0%	
	IGP standard	1 133,7	100%	1 117,9	100%	15,8	1,4%	
Tous IGP	Rouges	1 338,5	44%	1 319,5	45%	19,0	1,4%	
	Rosés	1 322,1	43%	1 222,3	42%	99,8	8,2%	
	Blancs	411,9	13%	393,2	13%	18,7	4,8%	
	Tous IGP	3 072,5	100%	2 935,0	100%	137,5	4,7%	

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution		
		Millions €	PDM %	Millions €	PDM %	Millions €	en %	
Valeur	IGP de cépage	Rouges	268,6	48%	247,6	49%	21,0	8,5%
		Rosés	169,9	30%	147,6	29%	22,3	15,1%
		Blancs	119,7	21%	109,2	22%	10,5	9,6%
		IGP de cépage	558,1	100%	504,3	100%	53,9	10,7%
IGP standard	Rouges	77,7	25%	76,7	27%	0,9	1,2%	
	Rosés	207,0	67%	183,4	65%	23,7	12,9%	
	Blancs	22,1	7%	22,5	8%	-0,4	-1,9%	
	IGP standard	306,8	100%	282,6	100%	24,2	8,5%	
Tous IGP	Rouges	346,2	40%	324,3	41%	21,9	6,8%	
	Rosés	376,9	44%	330,9	42%	46,0	13,9%	
	Blancs	141,8	16%	131,7	17%	10,1	7,7%	
	Tous IGP	864,9	100%	786,9	100%	78,0	9,9%	

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen	IGP de cépage	Rouges	2,71		2,61	0,10	3,9%
		Rosés	2,86		2,75	0,10	3,8%
		Blancs	3,38		3,27	0,10	3,1%
		IGP de cépage	2,88		2,78	0,10	3,7%
IGP standard	Rouges	2,23		2,06	0,16	7,9%	
	Rosés	2,84		2,67	0,17	6,5%	
	Blancs	3,85		3,77	0,08	2,1%	
	IGP standard	2,71		2,53	0,18	7,0%	
Tous IGP	Rouges	2,47		2,34	0,13	5,7%	
	Rosés	2,85		2,71	0,14	5,1%	
	Blancs	3,61		3,52	0,09	2,6%	
	Tous IGP	2,82		2,68	0,13	5,0%	

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des IGP de cépage par dénomination

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	1000 hl	PDM volume %	Evolution sur 1 an %	millions €	PDM valeur %	Evolution sur 1 an %	€/litre	Evolution sur 1 an %
IGP de cépages rouges	990		4,5	268,6		8,5	2,7	3,9
dont Cabernet	390	39%	5,8	106,2	40%	9,8	2,7	3,8
<i>IGP pays d'Oc</i>	382	98%	6,2	103,6	98%	10,5	2,7	4,0
dont Gamay	58	6%	-15,6	14,7	5%	-10,5	2,5	6,0
<i>IGP du Val de Loire</i>	19	32%	2,8	4,7	32%	12,2	2,5	9,1
<i>IGP des Côtes du Tarn</i>	22	38%	-9,9	5,6	38%	-8,2	2,5	1,9
dont Merlot	464	47%	6,0	121,5	45%	10,5	2,6	4,2
<i>IGP Pays d'Oc</i>	458	99%	6,3	119,5	98%	10,9	2,6	4,4
dont Bi-cépages	56	6%	8,4	17,9	7%	7,9	3,2	-0,4
<i>IGP Pays d'Oc</i>	43	78%	7,1	14,9	83%	6,6	3,4	-0,4
IGP de cépages rosés	594		10,9	169,9		15,1	2,9	3,8
dont Grenache	52	9%	23,8	19,5	11%	23,0	3,7	-0,6
<i>IGP Pays d'Oc</i>	43	82%	19,4	15,5	80%	19,8	3,6	0,3
<i>IGP Pays du Var</i>	3	6%	9,3	1,5	8%	12,6	4,8	3,1
dont Syrah	42	7%	12,4	13,9	8%	13,6	3,3	1,1
<i>IGP Pays d'Oc</i>	32	76%	9,2	10,3	74%	9,8	3,2	0,5
dont Bi-Cépages	310	52%	23,6	86,1	51%	26,3	2,8	2,2
<i>IGP Pays d'Oc</i>	287	92%	21,0	79,0	92%	23,3	2,8	1,9
dont Cinsault	115	19%	-22,8	28,3	17%	-18,6	2,5	5,5
<i>IGP Pays d'Oc</i>	115	99%	-21,6	28,1	99%	-17,4	2,5	5,4
IGP de cépages blancs	355		6,3	119,7		9,6	3,4	3,1
dont Chardonnay	115	32%	13,2	41,8	35%	16,0	3,6	2,5
<i>IGP du Val de Loire</i>	6	5%	18,4	2,6	6%	19,6	4,6	1,0
<i>IGP Pays d'Oc</i>	102	89%	14,1	35,6	85%	16,9	3,5	2,5
dont Sauvignon	187	53%	5,5	56,8	47%	9,0	3,0	3,3
<i>IGP du Val de Loire</i>	7	3%	-17,7	2,1	4%	-12,1	3,3	6,8
<i>IGP Pays d'Oc</i>	156	83%	7,2	47,4	84%	10,5	3,0	3,1
<i>IGP des Côtes de Gascogne</i>	11	6%	-2,4	2,4	4%	2,2	2,1	4,7
dont Bi-Cépages	31	9%	-8,9	10,0	8%	-5,9	3,2	3,2
<i>IGP des Côtes de Gascogne</i>	16	53%	-17,7	5,2	52%	-16,1	3,2	2,0

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des IGP sans mention de cépage par dénomination

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	1000 hl	PDM volume %	Evolution sur 1 an %	millions €	PDM valeur %	Evolution sur 1 an	€/litre	Evolution sur 1 an %
IGP Standard rouge	348		-6,2	77,7		1,2	2,2	7,9
IGP de l'Aude	103	30%	-19,1	17,9	23%	-12,8	1,7	7,8
IGP du pays de l'Hérault	74	21%	-10,2	14,7	19%	-5,6	2,0	5,1
IGP de l'Ardèche	47	14%	8,2	9,3	12%	13,1	2,0	4,6
IGP des Côtes catalanes	15	4%	-0,7	4,4	6%	6,0	2,9	6,8
IGP Méditerranée	15	4%	18,0	3,6	5%	36,7	2,5	15,8
IGP Côteaux de Peyriac	12	3%	15,0	2,4	3%	13,4	2,0	-1,4
IGP Pays d'Oc	10	3%	6,3	3,9	5%	11,1	3,9	4,5
IGP du Gard	9	3%	21,5	2,4	3%	21,9	2,6	0,4
IGP des Bouches-du-Rhône	9	3%	-13,2	2,0	3%	-4,1	2,3	10,4
IGP du pays du Var	6	2%	-1,7	1,8	2%	3,2	2,9	4,9
IGP Standard rosé	728		6,0	207,0		12,9		
IGP Pays d'Oc	29	4%	15,1	10,7	5%	21,9	3,7	5,9
IGP de l'Aude	45	6%	-19,9	8,6	4%	-12,1	1,9	9,7
IGP du Gard	56	8%	10,4	12,5	6%	16,6	2,2	5,6
IGP du pays de l'Hérault	94	13%	-2,4	19,3	9%	1,3	2,1	3,8
IGP du pays du Var	75	10%	10,3	21,3	10%	14,6	2,9	3,9
IGP Ile de Beauté	61	8%	18,1	20,6	10%	24,7	3,4	5,5
IGP de l'Ardèche	55	8%	4,5	10,9	5%	7,3	2,0	2,7
IGP Méditerranée	66	9%	0,0	17,1	8%	18,3	2,6	18,3
IGP des sables de Camargue	115	16%	12,7	44,7	22%	15,8	3,9	2,7
IGP Standard blanc	57		-4,0	22,1		-1,9	3,8	2,1
IGP des Côtes de Gascogne	20	34%	-7,3	9,4	42%	-7,4	4,8	-0,1

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins de France sans IG par couleur

Volume		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM %	1000 hl	PDM %	1000 hl	en %
Hyper	Rouges	258,2	52%	248,5	49%	9,7	3,9%
	Rosés	140,3	28%	139,4	28%	1,0	0,7%
	Blancs	98,2	20%	115,9	23%	-17,6	-15,2%
	VDF SIG	496,8	100%	503,7	100%	-7,0	-1,4%
Super	Rouges	167,0	48%	177,1	46%	-10,1	-5,7%
	Rosés	105,1	30%	118,6	31%	-13,5	-11,3%
	Blancs	75,2	22%	88,4	23%	-13,1	-14,9%
	VDF SIG	347,4	100%	384,1	100%	-36,7	-9,6%
Tous circuits	Rouges	425,2	50%	425,6	48%	-0,4	-0,1%
	Rosés	245,5	29%	257,9	29%	-12,5	-4,8%
	Blancs	173,5	21%	204,2	23%	-30,8	-15,1%
	VDF SIG	844,1	100%	887,8	100%	-43,7	-4,9%

Valeur		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM %	Millions €	PDM %	Millions €	en %
Hyper	Rouges	54,4	50%	51,1	48%	3,3	6,4%
	Rosés	29,8	28%	28,6	27%	1,2	4,2%
	Blancs	23,5	22%	27,5	26%	-4,0	-14,6%
	VDF SIG	107,7	100%	107,2	100%	0,5	0,4%
Super	Rouges	37,4	46%	38,3	44%	-1,0	-2,5%
	Rosés	24,2	30%	25,5	30%	-1,3	-5,1%
	Blancs	19,4	24%	22,4	26%	-3,0	-13,5%
	VDF SIG	80,9	100%	86,2	100%	-5,3	-6,1%
Tous circuits	Rouges	91,8	49%	89	46%	2,3	2,6%
	Rosés	54,0	29%	54	28%	-0,1	-0,2%
	Blancs	42,9	23%	50	26%	-7,0	-14,1%
	VDF SIG	188,7	100%	193	100%	-4,8	-2,5%

Prix moyen		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Hyper	Rouges	2,11		2,06		0,05	2,4%
	Rosés	2,12		2,05		0,07	3,5%
	Blancs	2,39		2,38		0,02	0,7%
	VDF SIG	2,17		2,13		0,04	1,9%
Super	Rouges	2,24		2,16		0,07	3,4%
	Rosés	2,30		2,15		0,15	7,1%
	Blancs	2,58		2,54		0,04	1,6%
	VDF SIG	2,33		2,24		0,09	3,8%
Tous circuits	Rouges	2,16		2,10		0,06	2,7%
	Rosés	2,20		2,10		0,10	4,9%
	Blancs	2,47		2,45		0,03	1,1%
	VDF SIG	2,23		2,18		0,06	2,6%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins sans IG de l'UE par couleur

Volume		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM %	1000 hl	PDM %	1000 hl	en %
Hyper	Rouges	170,1	56%	154,03	59%	16,0	10,4%
	Rosés	61,5	20%	50,79	19%	10,7	21,2%
	Blancs	73,6	24%	57,78	22%	15,8	27,4%
	VSIG UE	305,2	100%	262,61	100%	42,6	16,2%
Super	Rouges	155,3	59%	164,87	65%	-9,6	-5,8%
	Rosés	47,7	18%	38,09	15%	9,6	25,3%
	Blancs	59,2	23%	49,80	20%	9,4	18,9%
	VSIG UE	262,2	100%	252,76	100%	9,4	3,7%
Tous circuits	Rouges	325,3	57%	318,91	62%	6,4	2,0%
	Rosés	109,2	19%	88,88	17%	20,4	22,9%
	Blancs	132,8	23%	107,58	21%	25,2	23,5%
	VSIG UE	567,4	100%	515,36	100%	52,0	10,1%

Valeur		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM %	Millions €	PDM %	Millions €	en %
Hyper	Rouges	30,5	55%	26,70	58%	3,7	14,0%
	Rosés	9,9	18%	8,10	18%	1,8	21,8%
	Blancs	15,0	27%	10,91	24%	4,1	37,4%
	VSIG UE	55,3	100%	45,72	100%	9,6	21,0%
Super	Rouges	27,9	58%	27,99	63%	-0,1	-0,5%
	Rosés	8,8	18%	7,24	16%	1,5	21,3%
	Blancs	11,3	24%	8,96	20%	2,4	26,6%
	VSIG UE	48,0	100%	44,18	100%	3,8	8,6%
Tous circuits	Rouges	58,3	56%	54,69	61%	3,6	6,6%
	Rosés	18,6	18%	15,34	17%	3,3	21,6%
	Blancs	26,3	25%	19,87	22%	6,5	32,5%
	VSIG UE	103,3	100%	89,90	100%	13,4	14,9%

Prix moyen		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Hyper	Rouges	1,79		1,73		0,06	3,3%
	Rosés	1,60		1,60		0,01	0,5%
	Blancs	2,04		1,89		0,15	7,9%
	VSIG UE	1,81		1,74		0,07	4,1%
Super	Rouges	1,79		1,70		0,10	5,7%
	Rosés	1,84		1,90		-0,06	-3,2%
	Blancs	1,91		1,80		0,12	6,5%
	VSIG UE	1,83		1,75		0,08	4,7%
Tous circuits	Rouges	1,79		1,71		0,08	4,5%
	Rosés	1,71		1,73		-0,02	-1,1%
	Blancs	1,98		1,85		0,14	7,4%
	VSIG UE	1,82		1,74		0,08	4,4%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins étrangers par couleur

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		1000 hl	PDM %	1000 hl	PDM %	1000 hl	en %
Volume Hyper	Rouges	104,1	43%	98,4	47%	5,7	5,8%
	Rosés	93,5	39%	76,7	36%	16,8	21,8%
	Blancs	41,7	17%	36,1	17%	5,6	15,4%
	Tous vins étrangers	239,2	100%	211,3	100%	28,0	13,2%
Super	Rouges	88,4	43%	89,2	45%	-0,8	-0,9%
	Rosés	80,1	39%	72,8	37%	7,2	9,9%
	Blancs	36,2	18%	35,7	18%	0,5	1,5%
	Tous vins étrangers	204,7	100%	197,8	100%	6,9	3,5%
Tous circuits	Rouges	192,5	43%	187,6	46%	4,8	2,6%
	Rosés	173,5	39%	149,6	37%	24,0	16,0%
	Blancs	77,9	18%	71,8	18%	6,1	8,5%
	Tous vins étrangers	443,9	100%	409,0	100%	34,9	8,5%

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		Millions €	PDM %	Millions €	PDM %	Millions €	en %
Valeur Hyper	Rouges	27,7	49%	26,6	51%	1,1	4,1%
	Rosés	18,3	32%	15,8	30%	2,5	15,9%
	Blancs	10,3	18%	9,4	18%	0,8	8,9%
	Tous vins étrangers	56,3	100%	51,8	100%	4,5	8,6%
Super	Rouges	21,4	47%	21,7	49%	-0,2	-1,1%
	Rosés	15,6	34%	14,2	32%	1,4	10,0%
	Blancs	8,9	19%	8,7	20%	0,2	1,8%
	Tous vins étrangers	45,9	100%	44,6	100%	1,3	3,0%
Tous circuits	Rouges	49,1	48%	48,3	50%	0,9	1,8%
	Rosés	33,9	33%	30,0	31%	3,9	13,1%
	Blancs	19,1	19%	18,1	19%	1,0	5,5%
	Tous vins étrangers	102,2	100%	96,4	100%	5,8	6,0%

		Cumul 52 semaines au 04/01/15		Cumul 52 semaines au 05/01/14		Evolution	
		€/litre		€/litre		€/litre	en %
Prix moyen Hyper	Rouges	2,66		2,70		-0,04	-1,6%
	Rosés	1,96		2,06		-0,10	-4,9%
	Blancs	2,47		2,61		-0,15	-5,6%
	Tous vins étrangers	2,35		2,45		-0,10	-4,1%
Super	Rouges	2,42		2,43		0,00	-0,2%
	Rosés	1,95		1,95		0,00	0,0%
	Blancs	2,44		2,44		0,01	0,3%
	Tous vins étrangers	2,24		2,25		-0,01	-0,5%
Tous circuits	Rouges	2,55		2,57		-0,02	-0,8%
	Rosés	1,95		2,00		-0,05	-2,5%
	Blancs	2,46		2,53		-0,07	-2,7%
	Tous vins étrangers	2,30		2,36		-0,06	-2,3%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins étrangers par pays d'origine

	Cumul 52 semaines au 04/01/15			Cumul 52 semaines au 05/01/14			Evolution		
	1000 hl	millions €	€/litre	1000 hl	millions €	€/litre	Volume	Valeur	Prix
TOTAL VIN ETRANGER	443,9	102,2	2,3	409,0	96,4	2,4	8,5%	6,0%	-2,3%
Total Espagne	318,4	53,9	1,69	282,2	48,8	1,73	12,8%	10,4%	-2,2%
Total Italie	66,9	16,6	2,48	71,0	17,0	2,40	-5,7%	-2,5%	3,4%
Total Portugal	15,1	7,9	5,25	13,4	7,0	5,24	12,5%	12,8%	0,2%
Total Allemagne	1,7	0,6	3,77	1,4	0,5	3,71	16,4%	18,2%	1,6%
Total Maghreb	23,6	10,2	4,30	22,6	10,0	4,43	4,5%	1,4%	-3,0%
Total Afrique du Sud	0,5	0,3	6,87	0,5	0,3	6,61	-4,6%	-0,8%	4,0%
Total Argentine	1,6	1,4	9,00	1,3	1,2	8,93	17,6%	18,4%	0,7%
Total Australie	1,7	1,2	7,54	1,4	1,1	7,71	18,8%	16,2%	-2,1%
Total Californie	5,1	3,2	6,18	5,3	3,3	6,15	-3,6%	-3,2%	0,5%
Total Chili	8,3	5,6	6,74	8,5	5,8	6,81	-2,7%	-3,7%	-1,0%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins tranquilles par conditionnement

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	1000 hl	PDM volume %	Evolution sur 1 an %	millions €	PDM valeur %	Evolution sur 1 an %	€/litre	Evolution sur 1 an %
Total vins tranquilles	9 718,3		-0,6%	4 068,7		2,5%	4,2	3,2%
Verre perdu 75 cl	5 212,1	53,6%	-3,4%	2 894,6	71,1%	0,9%	5,6	4,5%
Litre verre perdu	134,3	1,4%	-3,3%	32,3	0,8%	0,6%	2,4	4,1%
PET	285,8	2,9%	2,9%	53,3	1,3%	1,5%	1,9	-1,3%
Brique	27,2	0,3%	-14,8%	7,3	0,2%	-13,2%	2,7	1,9%
Cubit	357,2	3,7%	-16,1%	52,8	1,3%	-12,0%	1,5	5,0%
BIB	3 526,2	36,3%	5,6%	931,2	22,9%	9,0%	2,6	3,2%
Doypack/Pouch	23,4	0,2%	22,7%	8,4	0,2%	19,7%	3,6	-2,4%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Le marché des vins commercialisés sous MDD

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	1000 hl	PDM volume %	Evolution sur 1 an %	millions €	PDM valeur %	Evolution sur 1 an %	€/litre	Evolution sur 1 an %
TOTAL MDD	3 715,7		-3,0%	1 228,8		2,1%	3,31	5,2%
MDD rouges	1 838,0		-4,1%	580,3		2,4%	3,16	6,8%
MDD rosés	1 203,5		-2,5%	367,6		1,5%	3,05	4,1%
MDD blancs	674,3		-0,7%	280,8		2,3%	4,16	3,0%
MDD AOP	1 608,3		-6,1%	744,3		0,3%	4,63	6,9%
MDD AOP rouges	861,2		-4,9%	369,4		2,3%	4,29	7,6%
MDD AOP blancs	330,6		-0,8%	191,4		2,1%	5,79	2,9%
MDD AOP rosés	416,5		-12,3%	183,6		-5,1%	4,41	8,2%
MDD IGP de cépage	1 150,0		2,0%	284,1		6,5%	2,47	4,4%
MDD IGP standard	455,6		-4,2%	105,6		4,4%	2,32	9,0%
MDD VDF SIG	267,8		-2,2%	54,4		1,2%	2,03	3,5%
MDD VDF UE	160,7		-5,8%	26,2		-1,7%	1,63	4,4%
MDD Vin étranger	73,3		6,6%	14,1		5,6%	1,92	-1,0%

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

Régionalisation des ventes de vins tranquilles

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	1000 hl	PDM volume %	Evolution sur 1 an %	millions €	PDM valeur %	Evolution sur 1 an %	€/litre	Evolution sur 1 an %
Total vin tranquille	9 718,3	100%	-0,62	4 068,7	100%	2,52	4,19	3,16
Centre-est	1 369,3	14%	0,04	567,7	14%	3,60	4,15	3,56
Centre-ouest	818,9	8%	-0,60	295,6	7%	2,94	3,61	3,57
Est	761,0	8%	-1,53	338,3	8%	1,04	4,45	2,62
Nord	907,0	9%	-1,75	371,4	9%	0,22	4,10	2,01
Ouest-nord	1 326,6	14%	0,11	538,7	13%	3,40	4,06	3,29
Ouest-sud	1 118,4	12%	-0,47	414,3	10%	3,09	3,70	3,57
Région parisienne	1 228,8	13%	-1,86	623,2	15%	1,10	5,07	3,01
Sud-est	1 162,5	12%	-0,14	507,5	12%	3,31	4,37	3,45
Sud-ouest	1 025,9	11%	0,02	412,0	10%	3,59	4,02	3,57
AOP	4 790,3	100%	-4,80	2 809,6	100%	0,27	5,87	5,33
Centre-est	633,7	13%	-3,80	384,4	14%	1,58	6,07	5,59
Centre-ouest	338,1	7%	-5,02	185,9	7%	0,56	5,50	5,88
Est	421,6	9%	-5,42	251,4	9%	-0,96	5,96	4,71
Nord	487,4	10%	-7,41	266,4	9%	-2,58	5,46	5,21
Ouest-nord	658,1	14%	-5,14	364,6	13%	0,42	5,54	5,86
Ouest-sud	473,4	10%	-5,27	261,5	9%	0,40	5,52	5,99
Région parisienne	733,1	15%	-4,93	477,5	17%	-0,50	6,51	4,66
Sud-est	568,2	12%	-3,82	338,0	12%	1,24	5,95	5,27
Sud-ouest	476,7	10%	-2,66	280,0	10%	2,08	5,87	4,86
IGP de cépage	1 938,8	100%	6,69	558,1	100%	10,68	2,88	3,74
Centre-est	265,5	14%	7,42	76,4	14%	11,63	2,88	3,92
Centre-ouest	181,0	9%	6,56	47,4	9%	11,14	2,62	4,29
Est	129,1	7%	8,89	37,3	7%	11,58	2,89	2,47
Nord	164,9	9%	7,95	47,0	8%	11,36	2,85	3,16
Ouest-nord	329,2	17%	7,52	93,9	17%	12,08	2,85	4,25
Ouest-sud	289,3	15%	5,04	76,6	14%	9,80	2,65	4,54
Région parisienne	222,0	11%	6,06	71,4	13%	9,52	3,22	3,26
Sud-est	184,1	9%	4,36	59,1	11%	8,01	3,21	3,50
Sud-ouest	173,8	9%	7,55	49,0	9%	11,18	2,82	3,37
IGP standard	1 133,7	100%	1,42	306,8	100%	8,55	2,71	7,03
Centre-est	186,4	16%	1,27	47,1	15%	8,81	2,53	7,44
Centre-ouest	100,1	9%	-2,11	23,0	8%	5,37	2,30	7,64
Est	62,3	5%	0,51	16,9	6%	8,87	2,71	8,31
Nord	75,7	7%	1,99	20,0	7%	8,40	2,64	6,29
Ouest-nord	118,9	10%	7,45	31,7	10%	15,83	2,67	7,80
Ouest-sud	122,0	11%	-0,15	30,7	10%	8,44	2,51	8,61
Région parisienne	99,0	9%	0,85	29,9	10%	7,80	3,02	6,90
Sud-est	242,9	21%	2,76	72,0	23%	8,61	2,96	5,70
Sud-ouest	126,4	11%	-1,21	35,5	12%	4,87	2,81	6,15
Vin de France sans IG	844,1	100%	-4,92	188,7	100%	-2,48	2,23	2,57
Centre-est	127,5	15%	-6,71	28,1	15%	-4,48	2,20	2,39
Centre-ouest	84,4	10%	-7,39	18,1	10%	-4,73	2,14	2,87
Est	69,1	8%	-5,22	15,8	8%	-3,65	2,29	1,66
Nord	88,6	10%	-2,93	20,2	11%	-1,20	2,28	1,78
Ouest-nord	123,3	15%	-4,44	28,6	15%	-1,77	2,32	2,80
Ouest-sud	88,6	10%	-5,71	19,2	10%	-3,01	2,17	2,86
Région parisienne	88,2	10%	-3,36	20,0	11%	-1,09	2,27	2,35
Sud-est	86,4	10%	-6,82	20,2	11%	-3,40	2,34	3,67
Sud-ouest	88,1	10%	-0,92	18,4	10%	1,69	2,09	2,63
VSIG UE	567,4	100%	10,10	103,3	100%	14,90	1,82	4,36
Centre-est	98,1	17%	10,97	17,5	17%	15,59	1,78	4,16
Centre-ouest	74,4	13%	8,04	13,0	13%	13,26	1,74	4,83
Est	52,1	9%	6,53	9,6	9%	11,13	1,85	4,31
Nord	52,8	9%	13,74	9,4	9%	16,31	1,78	2,26
Ouest-nord	57,0	10%	11,28	10,6	10%	13,89	1,86	2,34
Ouest-sud	78,5	14%	1,08	13,5	13%	6,93	1,72	5,79
Région parisienne	41,3	7%	13,42	8,2	8%	17,66	1,99	3,74
Sud-est	44,5	8%	30,32	9,2	9%	32,54	2,06	1,71
Sud-ouest	68,7	12%	8,47	12,3	12%	14,72	1,80	5,76
Vin étranger	443,9	100%	8,54	102,2	100%	6,00	2,30	-2,34
Centre-est	58,0	13%	8,14	14,3	14%	7,18	2,46	-0,88
Centre-ouest	40,9	9%	14,25	8,1	8%	11,65	1,99	-2,27
Est	26,8	6%	8,30	7,2	7%	4,75	2,70	-3,28
Nord	37,6	8%	17,00	8,5	8%	5,34	2,26	-9,97
Ouest-nord	40,0	9%	16,88	9,2	9%	11,49	2,30	-4,61
Ouest-sud	66,7	15%	21,73	12,9	13%	16,90	1,93	-3,96
Région parisienne	45,3	10%	-1,11	16,1	16%	-1,17	3,57	-0,06
Sud-est	36,3	8%	8,17	9,0	9%	5,58	2,49	-2,39
Sud-ouest	92,3	21%	-2,11	16,8	16%	0,74	1,82	2,91

Source IRI - élaboration FranceAgriMer

ACHATS DE VINS TRANQUILLES PAR LES MENAGES POUR LEUR CONSOMMATION A DOMICILE EN 2014

Précisions méthodologiques

Les résultats présentés dans cette note sont issus du panel consoscan de KANTAR WORLDPANEL sur le marché des vins tranquilles. Ce panel est constitué de 12.000 ménages (dits ordinaires) représentatifs de la population des ménages français (hors collectivités). Les ménages de ce panel déclarent l'ensemble de leurs achats pour la consommation à domicile, et ceci quel que soit le circuit d'approvisionnement (grandes surfaces alimentaires, hard discount, cavistes, ventes directes à la propriété, ...). Ce panel ne prend pas en compte la consommation dans le circuit des CHR, ni celle réalisée par les ménages en vacances, pas plus que celle des ménages dit collectifs (casernes, prisons, hôpitaux, congrégations religieuses, ...). Au 1er janvier 2014, on dénombrait 27 900 000 ménages ordinaires.

Les déclarations d'achats sont effectuées par une méthode de scanning basée sur la lecture optique du code barre porté sur l'emballage du produit. Dans le cas de produits dépourvus de code barre (produit non gencodés), la personne déclarant les achats du ménage doit identifier le produit acheté dans un livret approprié et saisir un code barre fictif pré-imprimé. Cette procédure de saisie des achats non gencodés s'avère plus contraignante pour le panéliste (identification du produit qui peut poser problème dans le cas d'achat en vrac, recherche du produit dans un livret comportant un nombre important de références) que la procédure "standard" de lecture du code barre directement sur l'emballage. On peut donc penser qu'un certain nombre d'achats non gencodés ne sont pas renseignés par les panélistes ; et que par suite le poids de certains circuits (comme la vente directe) est sous estimé par cette technique de recueil d'information par rapport aux circuits de la grande distribution.

L'analyse ci-après porte sur les achats des ménages réalisés entre le 06/01/2014 et le 04/01/2015.

Pour terminer cette introduction, on rappellera certaines définitions concernant la terminologie utilisée dans les panels dits "de consommateurs".

Le taux de pénétration du produit (N_{Ap}100 ou NA %) mesure, dans la population, le pourcentage de ménages ayant acheté au moins une fois dans l'année le produit considéré. Le taux de pénétration est synonyme de diffusion du produit et d'étendue de clientèle. Ce n'est pas un critère additif dans la mesure où un ménage ayant acheté à la fois des AOC et des vins de table ne comptera au niveau tous vins tranquilles que pour un ménage acheteur. Un indice (indice de NA) peut être calculé pour chaque catégorie socio-démographique de ménages par rapport à une base 100 tous types de ménages confondus. Ainsi, un indice de NA égal à 110 pour un produit donné, sur une catégorie socio-démographique de ménages particulière, signifie que le pourcentage de ménages acheteurs de ce produit, au sein de cette catégorie socio-démographique, est supérieur de 10 % au pourcentage de ménages acheteurs du même produit au niveau national (tous types de ménages confondus).

L'intensité d'achat (Q_A/N_A) mesure pour un type de produit la quantité moyenne achetée par ménage acheteur. Elle est exprimée en litres par ménage acheteur et par an. Ce n'est pas un critère additif dans la mesure où ce ne sont pas les mêmes ménages qui achètent les différentes catégories de vins. Un indice (indice de Q_A/N_A) peut être calculé pour chaque catégorie socio-démographique de ménages par rapport à une base 100 tous types de ménages confondus. L'intensité d'achat résulte de la combinaison du nombre d'actes d'achat annuels effectués et de la quantité moyenne achetée par acte d'achat.

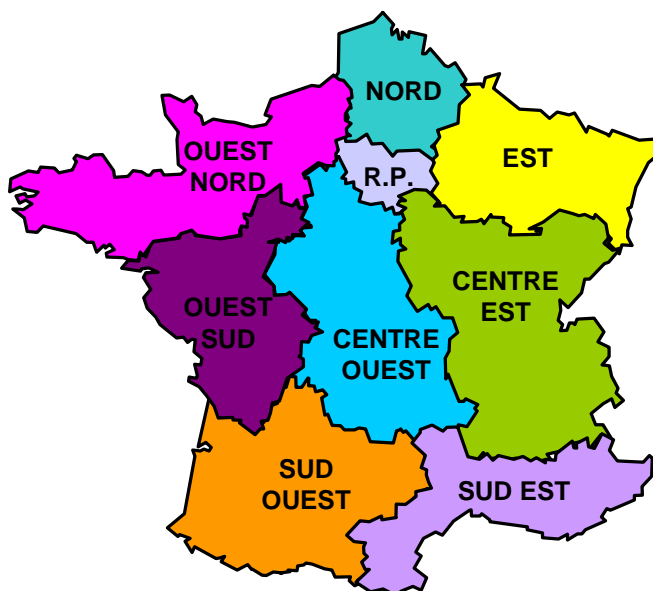
Le niveau d'achat (Q_{Ap}100) représente la quantité de produit achetée pour 100 ménages français (qu'ils soient acheteurs ou non). Le Q_{Ap}100 est exprimé en litres pour 100 ménages. Divisé par 100, il représente le niveau d'achat moyen du produit par ménage français. C'est un critère additif. Il est égal à N_{Ap}100 multiplié par Q_A/N_A (niveau = pénétration x intensité). Un indice (indice de Q_A) peut être calculé pour chaque catégorie socio-démographique de ménages par rapport à une base 100 tous types de ménages confondus.

La somme dépensée par ménage acheteur (S_D/N_A) est équivalente, en terme de budget, à l'intensité d'achat (Q_A/N_A) définie au niveau des volumes achetés. Ce n'est pas un critère additif. Il est exprimé en euros par ménage acheteur et par an.

La somme dépensée pour 100 ménages (SDp100) est équivalente, en terme de budget, au niveau d'achat (QAp100) défini au niveau des volumes achetés. Divisée par 100, elle représente le budget moyen consacré à l'achat du produit par ménage français. Elle est égale à NAp100 multiplié par SD/NA.

Les ménages français sont répartis dans le panel KANTAR en 9 régions : Nord, Est, Région Parisienne, Ouest Nord, Ouest Sud, Centre Ouest, Centre Est, Sud Ouest et Sud Est.

Définition des régions



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

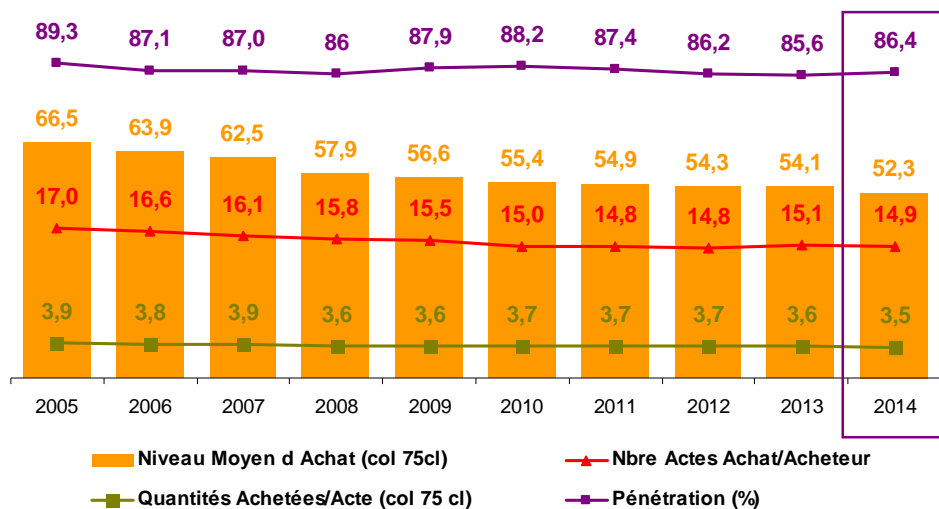
Données générales sur les achats des ménages

En 2014, et pour la première fois depuis cinq ans, le pourcentage de ménages acheteurs de vins tranquilles destinés à la consommation à domicile a progressé de 0,9 % par rapport à 2013, atteignant 86,4 % (- 0,6 % par rapport à la moyenne 2010/13), soit un niveau équivalent à celui de 2012.

Ce recrutement de nouveaux ménages acheteurs de vins tranquilles a concerné essentiellement les jeunes célibataires (+ 9,1 %), les moins de 35 ans (+ 4,1 %), les classes modestes (+ 1,7%), et les habitués des circuits de proximité (+ 3,6 %).



Vin tranquille : évolution des achats des ménages

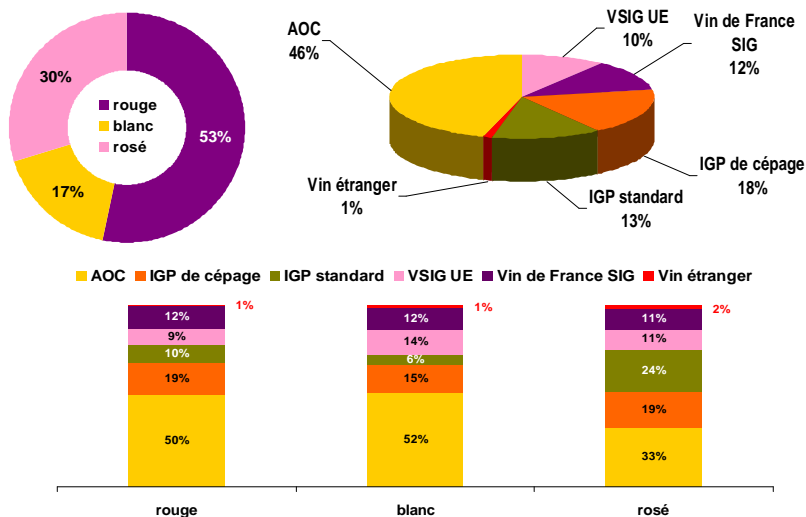


Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Globalement, toutes couleurs et catégories confondues, les ménages ont, en 2014, réduit leur niveau moyen d'achat de vin tranquille à 52,3 cols annuels (- 3,3 % vs 2013 et - 5,1 % vs 2009/13) soit le niveau le plus bas de la décennie, via une diminution de leur fréquence d'achat à 14,9 actes annuels (- 1,3 % vs 2013 et - 0,9 % vs 2009/13), et de leurs quantités achetées à l'acte à 3,5 cols (- 2 % vs 2013 et - 4 vs 2009/13). Le prix moyen d'achat des vins tranquilles s'établit à 2,53 €/col (+ 3,6 % vs 2013 et + 6,9 % vs 2010/13).



Achats de vins tranquilles en 2014 Répartition en volume par couleurs & catégories



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

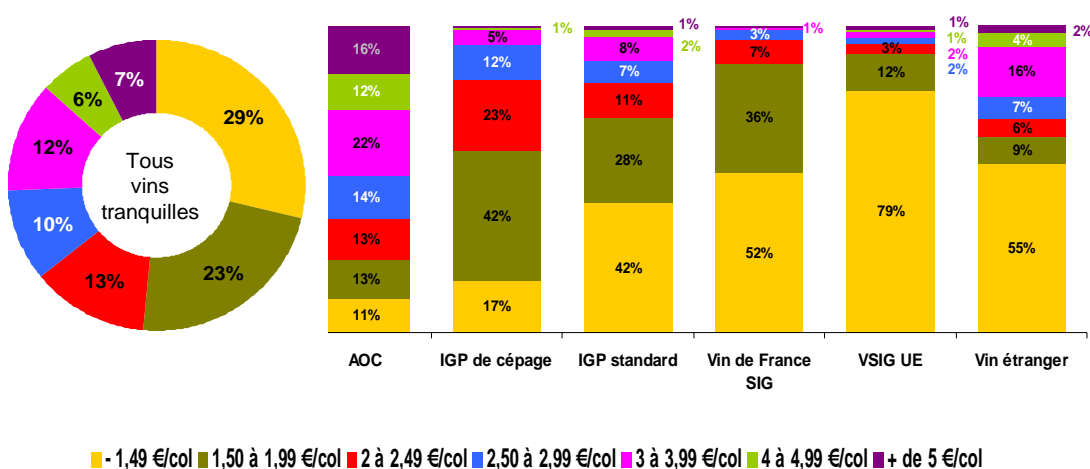
Dans ce contexte, les vins rouges ont pesé pour 53 % en volume dans les achats de vins tranquilles des ménages pour leur consommation à domicile en 2014, les rosés pour 30 %, et les blancs pour 17 %.

Les vins AOC ont pesé pour 46 % dans les achats, les IGP de cépage pour 18 %, les IGP standard pour 13 %, les Vins de France sans IG pour 12 %, les vins sans IG en provenance de l'UE pour 10 %, et les vins étrangers pour 1 %.

Par couleurs, les AOC ont prédominé dans les achats de vins des trois couleurs, suivis des IGP (avec et sans dénomination). Le poids des vins de France SIG a, pour sa part, atteint environ 12 % dans le volume d'achat de chacune des couleurs.



Structure des achats de vins tranquilles par tranches de prix en 2014



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Plus du quart des achats de vins tranquilles se situe dans la tranche de prix inférieure à 1,49 €/col, qui pèse pour 79 % dans la catégorie des VSIG UE, pour 55 % dans la catégorie des vins étrangers et pour 52 % dans celle des vins de France SIG.

La tranche de prix située entre 1,50 à 1,99 €/col (23 % de PDM volume dans le total des achats de vins tranquilles) pèse pour 42 % dans les achats d'IGP de cépage, pour 36 % dans ceux des vins de France SIG et pour 28 % dans ceux des IGP standard.

La tranche de 2 à 2,49 €/col (13 % des achats de vins tranquilles) pèse pour 23 % dans les achats d'IGP de cépage, 13 % dans ceux des AOC et 11 % dans ceux des IGP de cépage.

48 % des achats de vins AOC sont compris entre 2,50 €/col et 4,99 €/col, alors que cette même tranche pèse 28 % sur les achats de vins étrangers et 17 % sur les vins IGP.

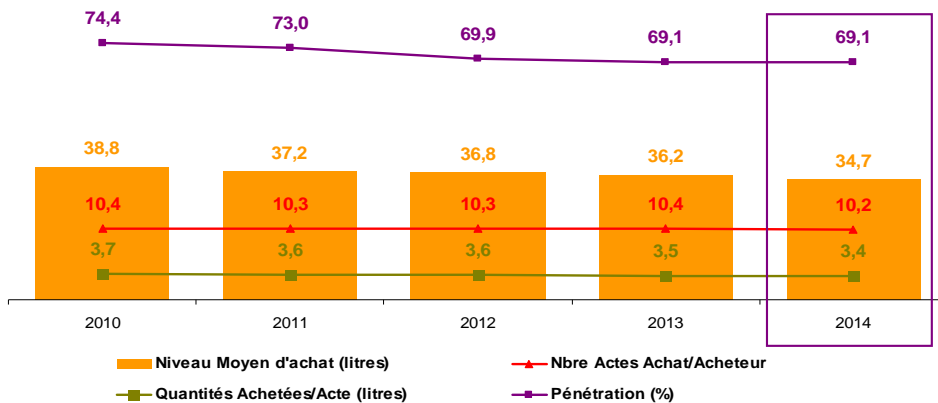
Enfin, la tranche de prix supérieure à 5 €/col, la plus élevée, qui représente 7 % du total des achats de vins tranquilles, concerne essentiellement les AOC où son poids atteint 16 %.

Les vins par couleurs

69,1 % des ménages français ont déclaré acheter du **vin tranquille rouge** pour leur consommation à domicile au cours de l'année 2014, soit un taux de pénétration stable par rapport à 2013 et en recul de 3,4 % par rapport à la moyenne 2010/13.



Vin rouge : évolution des achats des ménages



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Pour cette couleur, les ménages ont diminué à la fois leur niveau moyen d'achat (- 4 % vs 2013 et - 6,7 % vs 2010/13, soit 34,7 cols/an), leur fréquence d'achat (- 1,9 % vs 2013 et - 1,3 % vs 2010/13 soit 10,2 actes annuels) et leur panier moyen (- 2,1 % vs 2013 et - 5,5 % vs 2010/13 soit 3,4 cols).

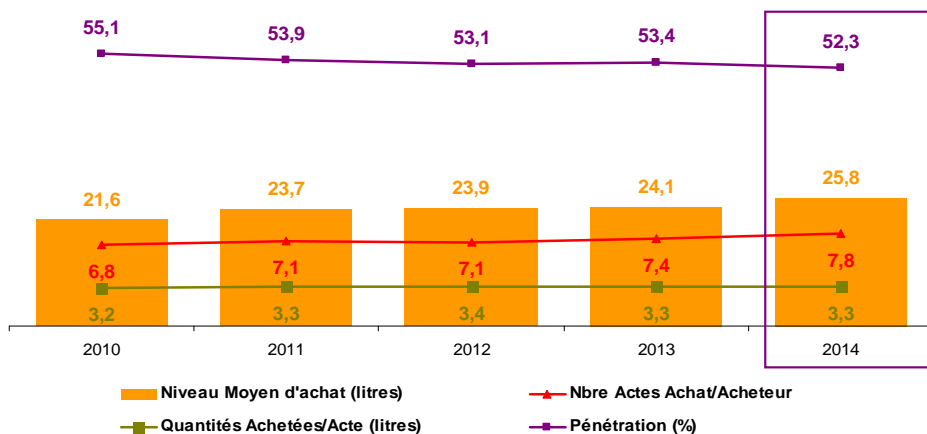
Les AOC ont pesé pour 50 % en volume dans les achats de vins rouges, les IGP de cépage pour 19 %, les IGP standard pour 10 %, les vins de France sans IG pour 12 %, les VSIG en provenance de l'UE pour 9 % et les vins étrangers pour 1 %.

Par ailleurs, 70 % des IGP de cépage rouge sont conditionnés en bag in box.

Les **rosés** sont la seule couleur de vin tranquille à enregistrer une croissance en 2014, grâce à des ménages certes moins nombreux (- 2 % vs 2013 et - 2,9 % vs 2010/13 à 52,3 % de pénétration), mais qui achètent plus souvent (7,8 actes d'achats annuels soit + 6 % vs 2013 et + 9,8 % vs 2010/13), et en plus grande quantité (+ 6,9 % vs 2013 et + 10,4 % vs 2010/13 à 25,8 cols/an), via des quantités achetées à l'acte en légère hausse (+ 0,8 % vs 2013 et + 0,6 % vs 2010/13 à 3,3 cols en moyenne).



Vin rosé : évolution des achats des ménages



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

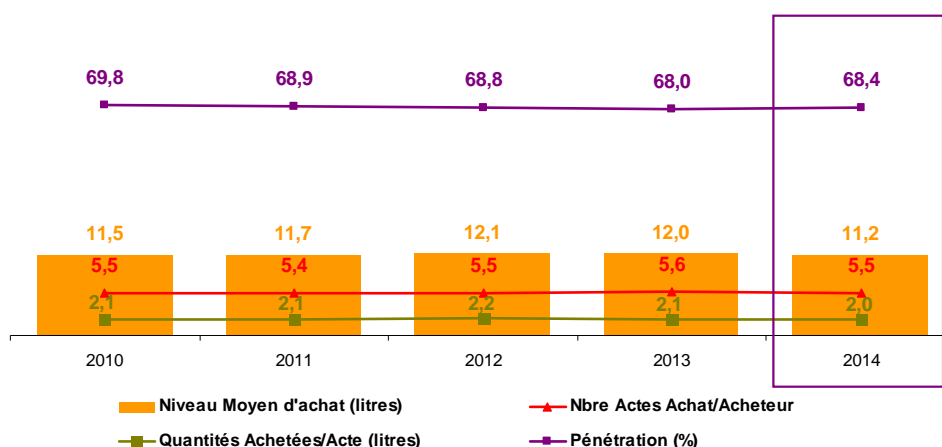
Par ailleurs, les vins rosés, plébiscités par l'ensemble des ménages, et plus particulièrement par les couples d'âge moyen et les jeunes, sont soumis à une forte saisonnalité, les mois d'été étant en effet des mois clés

68,4 % des ménages français ont déclaré acheter du **vin tranquille blanc** pour leur consommation à domicile au cours de l'année 2014, soit 0,7 % de plus qu'en 2013 et - 0,6 % par rapport à la moyenne 2010/13.

Ces ménages acheteurs de vins blancs ont réduit leur niveau moyen d'achat à 11,2 cols (- 7,2 % vs 2013 et - 5,5 % vs 2010/13) via une diminution de leur nombre d'actes d'achats (5,5 actes annuels soit - 2,8 % vs 2013 et - 1 % vs 2010/13) et de leur panier (- 4,6 % vs 2013 et + 4,6 % vs 2010/13 à 2 cols en moyenne).



Vin blanc : évolution des achats des ménages



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

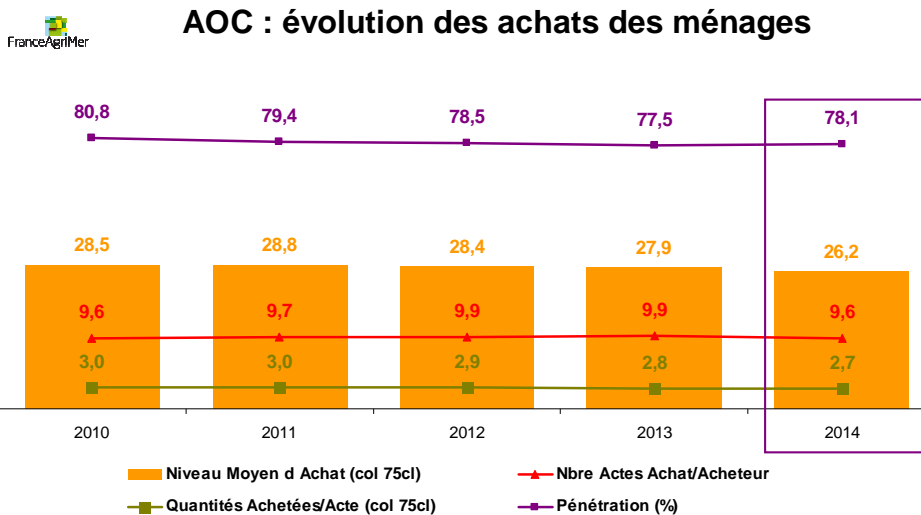
En 2014, le blanc est la couleur qui attire le plus de jeunes acheteurs : 62 % des moins de 35 ans en achètent au moins une fois sur l'année. Pour ces jeunes, le vin blanc représente 35 % des occasions de consommation.

Les achats d'AOC

Bien que les ménages français soient un peu plus nombreux à acheter des AOC (+ 0,8 % par rapport à 2013, et - 1,2 % par rapport à la moyenne 2010/13, à 78,1 % de pénétration), le segment reste pénalisé par les couples, majoritairement en retrait.

Dans ce contexte, le niveau moyen d'achat a reculé de 6,3 % vs 2013 et de 7,8 % vs 2010/13 à 26,2 cols, la fréquence d'achat de 2,7 % vs 2013 et de 1,5 % vs 2010/13 à 9,6 actes annuels, et les quantités achetées à l'acte (soit 2,7 cols par acte) de 3,6 % vs 2013 et de 6,4 % vs 2010/13.

Le prix moyen d'achat des AOC s'établit à 3,47 €/col (+ 4,3 % vs 2013 et + 5,1 % vs 2010/13).



Les appellations bordelaises, qui ont perdu près de 30 000 foyers par rapport à 2013, sur toutes les couleurs, mais particulièrement en rosés, sont pénalisées par les familles et les couples d'âge moyen.

Pour les vins du Languedoc, qui perdent environ 126 000 foyers, surtout en vins rouges, ce sont les couples séniors et les familles qui sont en retrait. Les vins du Roussillon, qui ont recruté 95 000 foyers acheteurs en 2014 sont pénalisés quant à eux par les célibataires et les familles avec enfants majeurs, avec une fréquence d'achat qui ecule à 2,5 actes annuels (- 0,4 % vs 2013).

Les vins du val de Loire, qui enregistrent une perte de 370 000 foyers acheteurs par rapport à 2013, essentiellement en blancs et rosés, sont pénalisés par une baisse des achats chez les couples séniors et les jeunes couples.

Les appellations de Provence perdent près d'un million d'acheteurs uniquement via les rosés. La Provence est l'une des rares régions en croissance volume, grâce à une augmentation de la fréquence d'achat, notamment chez les couples d'âge moyen et les séniors.

Les vins du Grand Sud-Ouest ont enregistré près de 385 000 foyers acheteurs supplémentaires. Toutefois, dans cette région pénalisée par les couples d'âge moyen, on note une baisse de la fréquence achat via les vins rouges et blancs.

Pour les appellations d'Alsace, la taille de clientèle et la fréquence d'achat sont restées stables par rapport à 2013. Dans cette région viticole, ce sont les vins blancs qui sont pénalisés par les couples d'âge moyen et les célibataires séniors qui achètent moins à l'acte.

Les appellations de la vallée du Rhône ont enregistré une perte d'acheteurs (- 46 000 foyers acheteurs) essentiellement sur les vins rouges et blancs, mais également une baisse de la fréquence d'achat pour les vins rouges. Comme au total vin tranquille, ce sont surtout les couples séniors qui pénalisent ce segment.

Enfin, les vins de Bourgogne, pénalisés par toutes les cibles, sauf les classes modestes, perdent 295 000 acheteurs par rapport à 2013 essentiellement en vins rouges et blancs.

Les achats d'IGP

Si les vins IGP (avec et sans dénomination de cépage) ont continué à recruter des acheteurs en 2014, leur croissance a été cependant ralentie par un recul de la fréquence d'achat.

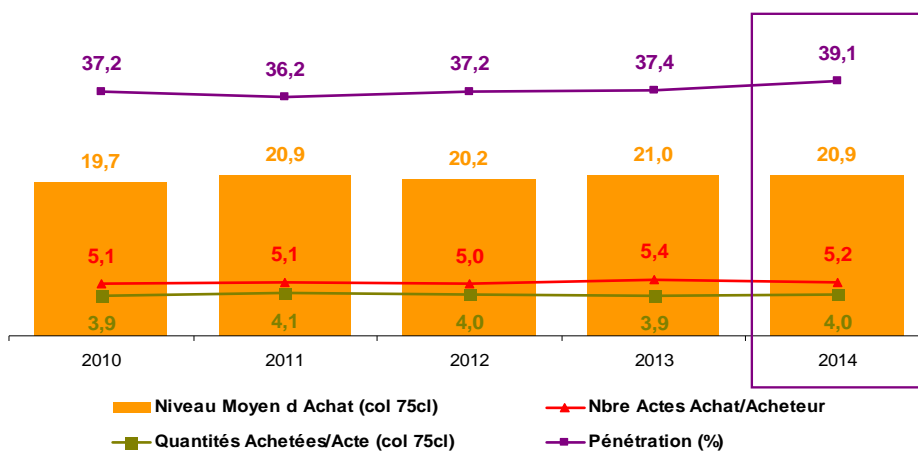
Ainsi, pour les **IGP de cépage**, les ménages, plus nombreux (+ 4,7 % et + 5,8 % vs 2010/13 à 39,1 % de pénétration), ont légèrement réduit leur niveau moyen d'achat (- 0,2 % vs 2013 et + 2,2 % vs 2010/13) et leur fréquence d'achat (- 2,9 % vs 2013 et + 1 % vs 2010/13), mais augmenté la taille de leur panier de 2,6 % vs 2013 et de 1,2 % vs 2010/13, à 4 cols 75cl en moyenne.

Le prix moyen d'achat des IGP de cépage s'établit à 2 €/col (+ 4,8 % vs 2013 et + 11 % vs 2010/13).

Comme au total vin tranquille, ce sont essentiellement les couples seniors qui pénalisent le marché des IGP de cépage.

IGP de cépage : évolution des achats des ménages

FranceAgriMer



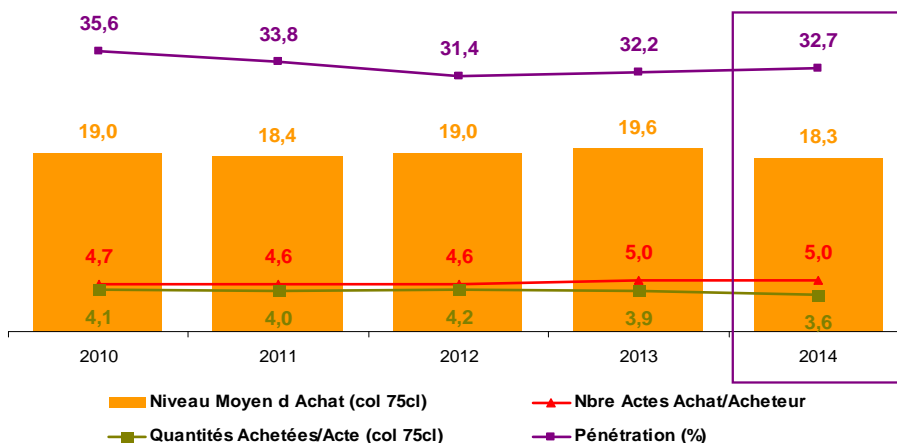
Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Avec un taux de pénétration de 32,7 %, les ménages acheteurs d'**IGP standard** ont été plus nombreux qu'en 2013 (+ 1,5 %), mais en recul (- 1,7 %) par rapport à 2010/13. S'ils ont réduit leur niveau moyen d'achat à 18,3 cols annuels (- 6,9 % vs 2013 et - 3,8 % vs 2010/13) et leurs quantités achetées à l'acte à 3,6 cols (- 7,7 % vs 2013 et - 10,3 % vs 2010/13), leur nombre d'actes d'achats annuels a, en revanche, progressé de 0,8 % vs 2013 et de 7,1 % vs 2010/13, à 5 actes.

Le prix moyen d'achat des IGP standard s'établit à 1,90 €/col (+ 10,8 % vs 2013 et + 17,8 % vs 2010/13).

IGP standard : évolution des achats des ménages

FranceAgriMer



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

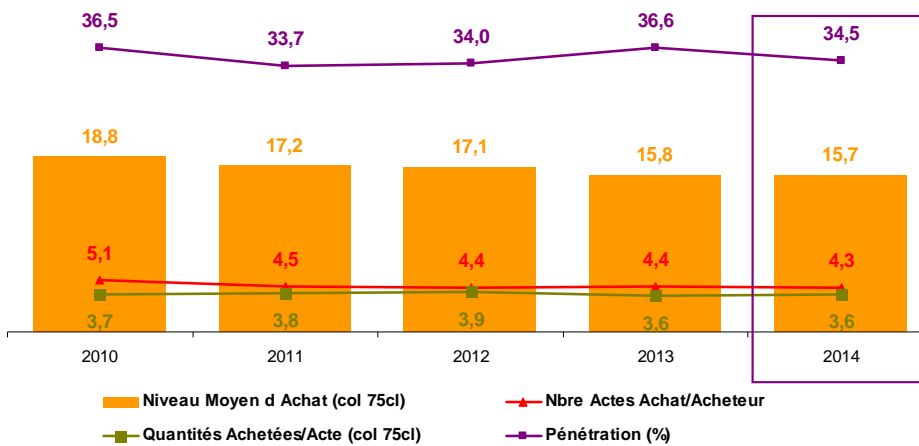
Les achats de vins sans IG

Avec une pénétration de 34,5 %, les **vins de France sans IG** ont perdu 5,8 % d'acheteurs par rapport à 2013, et 1,9 % par rapport à 2010/13.

En 2014, les ménages acheteurs de vins de France sans IG ont réduit leur niveau moyen d'achat à 15,7 cols (- 5,8 % vs 2013 et - 1,9 % vs 2010/13) et leur fréquence d'achat à 4,3 actes annuels, soit - 3,5 % vs 2013 et - 6,6 % vs 2010/13. Si leurs quantités achetées à l'acte ont augmenté de 2,3 % vs 2013 à 3,6 cols, ce panier reste toutefois inférieur de 2,8 % à la moyenne 2010/13.

Le prix moyen d'achat de cette catégorie, pénalisée par les couples séniors, s'établit à 1,51 €/col (+ 3,7 % vs 2013 et + 14,8 % vs 2010/13).

Vin de France SIG : évolution des achats des ménages



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Les achats de vins étrangers

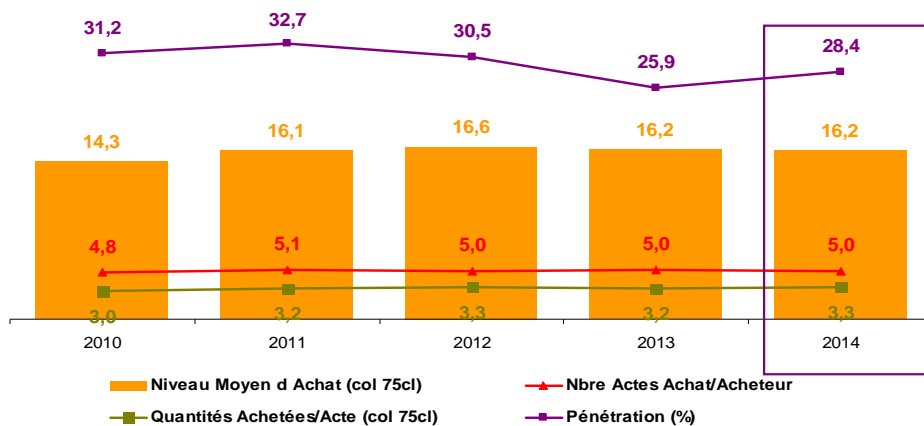
Les vins sans IG en provenance de l'UE (ou VSIG UE) ont enregistré un taux de pénétration de 28,4 % en 2014, soit un nombre d'acheteurs en augmentation de 9,7 % par rapport à 2013, mais en recul de 5,6 % par rapport à 2010/13.

Pour cette catégorie de vin tranquille, le niveau moyen d'achat, soit 16,2 cols annuels, reste stable par rapport à 2013 et progresse de 2,2 % par rapport à 2010/13, tandis que la fréquence d'achat (5 actes d'achats annuels) recule de 1,4 % vs 2013, et reste stable par rapport à 2010/13. Les quantités achetées progressent pour leur part de 0,9 % vs 2013 et de 2,2 % vs 2010/13 à 3,3 cols.

Le prix moyen d'achat des VSIG UE s'établit à 1,36 €/col (+ 0,9 % vs 2013 et + 17,1 % vs 2010/13).



VSIG UE : évolution des achats des ménages



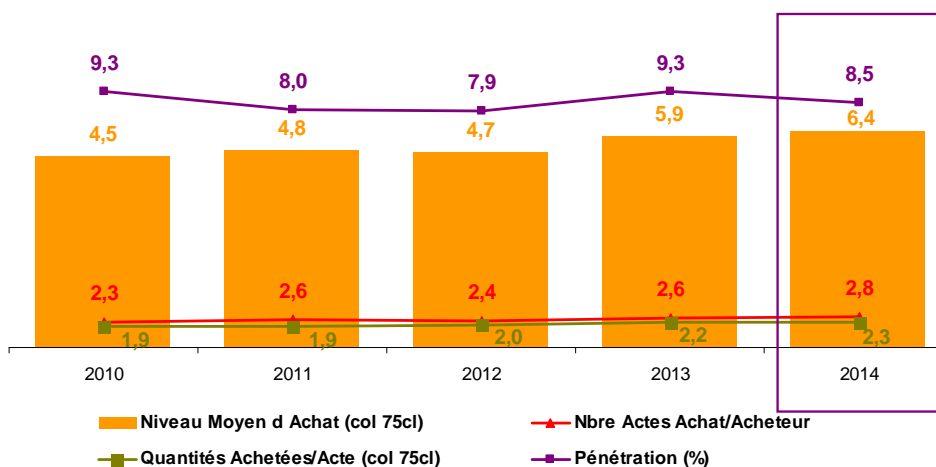
Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

8,5 % des ménages ont déclaré acheter du **vin étranger** pour leur consommation à domicile au cours de l'année 2014, soit un taux de pénétration en baisse de 9 % vs 2013 et de 1,2 % vs 2010/13.

Moins nombreux, ces ménages ont cependant augmenté leur niveau moyen d'achat à 6,4 cols annuels (+ 8 % vs 2013 et + 28,3 % vs 2010/13), leur fréquence d'achat à 2,8 actes annuels (+ 5,1 % vs 2013 et + 12,4 % vs 2010/13) et leurs quantités achetées à l'acte (2,3 cols soit (+ 2,8 % vs 2013 et + 14,4 % vs 2010/13).



Vin étranger : évolution des achats des ménages



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Par ailleurs, les vins étrangers sont la seule catégorie dont le prix moyen d'achat recule de 9,8 % vs 2013 et de 21,3 % vs 2010/13, à 2,03 €/col.

Régionalisation des achats des ménages

Si au total France 86,4 % des ménages français ont déclaré acheter du vin tranquille pour leur consommation à domicile en 2014, le taux de pénétration par région est supérieur dans l'Est (88,6 %), le Centre-Est (87,6 %), le Sud-Est (87,7 %), le Sud-Ouest (87,4 %) et le Nord (86,5 %), ces régions ayant toutes recruté de nouveaux acheteurs par rapport à l'année précédente.

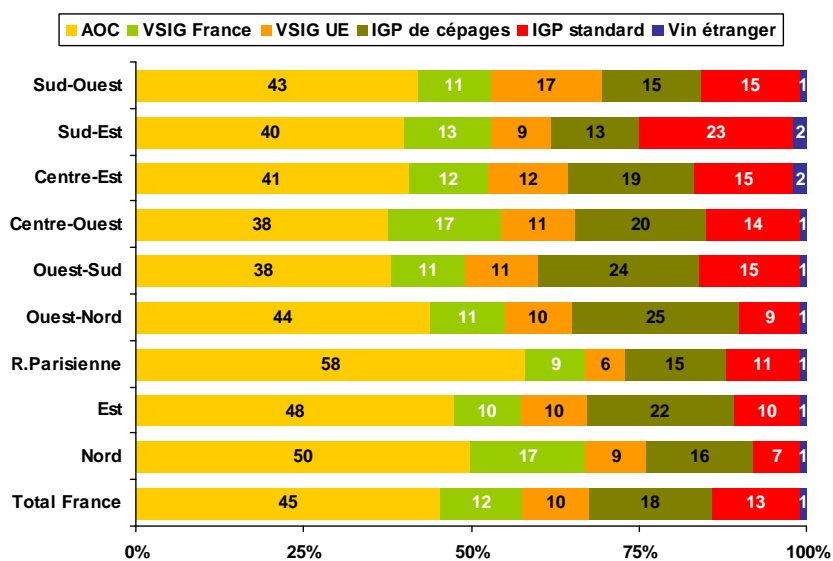
En termes de niveau moyen d'achat, quatre régions se situent en dessous de la moyenne France à 52,3 cols annuels, dont trois en recul par rapport à 2013 : la région parisienne avec 49,4 cols (- 7,1 %), l'Ouest-Sud avec 45,3 cols (+ 0,5 %), le Centre-Est avec 49 cols (- 7,1 %) et le Sud-Ouest avec 48,7 cols (- 7,5 %).

5 régions détiennent une fréquence d'achat de vin tranquille supérieure à la moyenne France de 14,9 actes d'achats annuels : l'Ouest-Nord (15,27), le Nord (15,45), la région parisienne (16,87), le Centre-Ouest (15,02) et le Sud-Est (14,99).

S'agissant du panier, estimé à 3,51 cols en moyenne France, il est moins volumineux en région parisienne (2,93 cols), dans le Centre-Est (3,47 cols) et le Sud-Ouest (3,37 cols).

Enfin, le prix moyen d'achat des vins tranquilles est supérieur à la moyenne France (2,53 €/col) dans l'Est (2,75 €/col) et en région parisienne (2,95 €/col).

Poids des différentes catégories de vins dans les achats des ménages par région en 2014



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Hormis la région Ouest-Sud où le poids des IGP (39 % en total standard + cépage) est plus important que celui des autres catégories, les AOC restent prédominants dans les achats de vins tranquilles des ménages de toutes les autres régions.

Les vins sans IG, de France et en provenance de l'Union européenne, pèsent davantage dans les achats des ménages du Sud-Ouest (28 %) et du Centre-Ouest (28 %), et restent faiblement représentés (15 %) en région parisienne.

Le poids des IGP de cépage est plus élevé dans l'Ouest-Nord (25 %) et l'Ouest-Sud (24 %). Les IGP standard pèsent quant à eux pour 23 % dans les achats des ménages du Sud-Est, et seulement pour 7 % dans ceux du Nord.

Enfin, les vins étrangers n'excèdent pas 2 % de parts de marché volume dans les achats du Sud-Est et du Centre-Est.

Age et statut financier des ménages

On précisera que l'âge d'un ménage correspond à l'âge de la personne responsable des achats (PRA) au sein du ménage (le plus souvent l'épouse ou la mère de famille). Ce choix tient au fait que les panels Consoscan-KANTAR sont des outils multi-produits et non des outils spécifiques au vin. Ainsi la définition de l'âge d'un ménage est commune à l'ensemble des marchés suivis par KANTAR

Les ménages sont répartis dans le panel KANTAR-Consoscan en quatre classes de statut financier (aisée, moyenne supérieure, moyenne inférieure et modeste). Ces classes sont déterminées en fonction du revenu mensuel brut du ménage corrigé du nombre d'unités de consommation de ce ménage (définition INSEE). Le nombre d'unités de consommation est obtenu en additionnant une composante foyer (égale à 0,3), une composante individu de 15 ans ou plus (égale à 0,7 par personne) et une composante individu de moins de 15 ans (égale à 0,5 par personne). Ainsi le nombre d'unités de consommation est égal à 1 pour un ménage d'une personne seule ; à 1,7 pour un ménage de deux adultes sans enfant ; à 2,2 pour un foyer composé de 2 adultes et d'un enfant de moins de 15 ans, etc

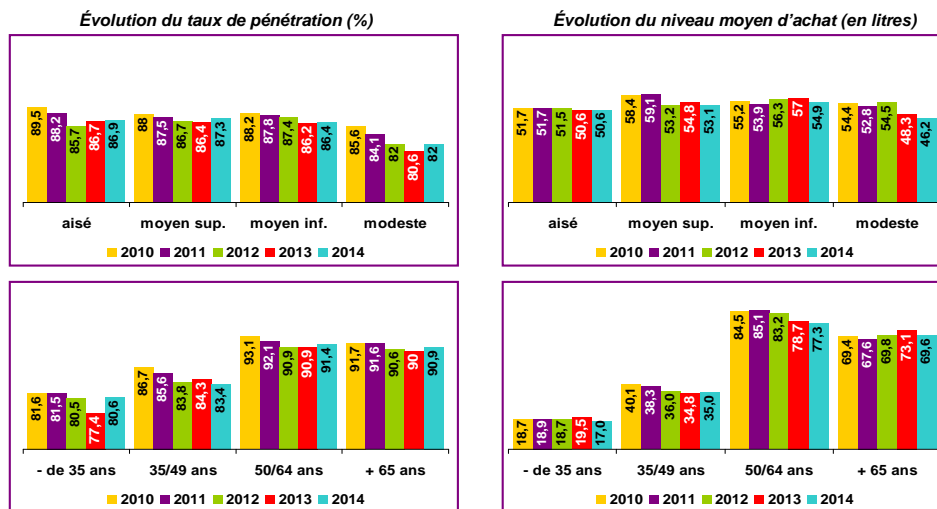
En 2014, ce sont les ménages de plus de 50 ans qui enregistrent les taux de pénétration les plus élevés (respectivement 91,4 % et 90,9 %), mais ceux de moins de 35 ans (81 % de pénétration) qui recrutent le plus de nouveaux acheteurs (+ 4,1 % vs 2013).

Si le niveau moyen d'achat est plus élevé chez les séniors, il est cependant en baisse de 1,8 % vs 2013 chez les 50/64 ans et de 4,8 % vs 2013 chez les plus de 65 ans. Pour cet indicateur, seuls les ménages de 35/49 ans augmentent leur consommation (+ 0,8 %) à 35 cols annuels.

Chez les jeunes acheteurs de vins tranquilles, la notion de plaisir diffère de celle d'habitude chez les séniors.



Achats de vins tranquilles selon les tranches d'âges et les catégories sociales

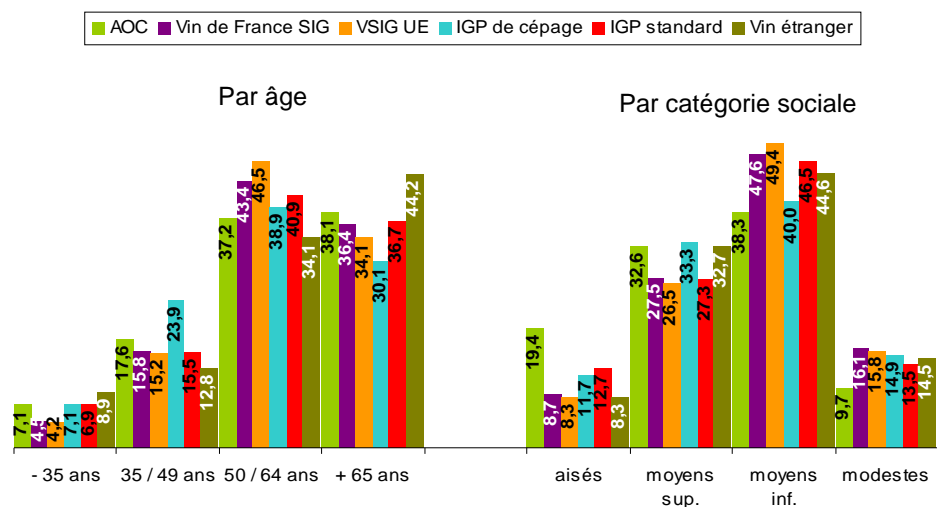


Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Les ménages à statut moyen supérieur sont plus nombreux (87,3 % de pénétration) que les autres à acheter du vin tranquille. Ils ont par ailleurs recruté 1 % de foyers acheteurs supplémentaires en 2014, mais ont réduit leur niveau moyen d'achat de 3 %, à 53,1 cols.

Les foyers modestes, également plus nombreux (+ 1,7 % à 82 % de pénétration) ont eux aussi réduit leur niveau moyen d'achat à 46,2 cols (- 4,2 %).

Répartition des achats de vins tranquilles en 2014 par tranche d'âge et catégorie sociale (en %)



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

En 2014, les séniors et les ménages à statut financier moyen (supérieur et inférieur) constituent le cœur de clientèle des vins tranquilles.

Les achats par circuit d'approvisionnement

Compte tenu du choix méthodologique de recueil de l'information effectué par KANTAR, il est vraisemblable, comme nous l'avons déjà signalé en introduction de cette note, que le poids des circuits "traditionnels" de distribution (type vente directe à la propriété) soit sous estimé par rapport aux circuits "modernes" (type hypermarchés). Les résultats présentés ci-après sont fournis tels qu'ils ressortent des déclarations des ménages constituant le panel, sans correction.

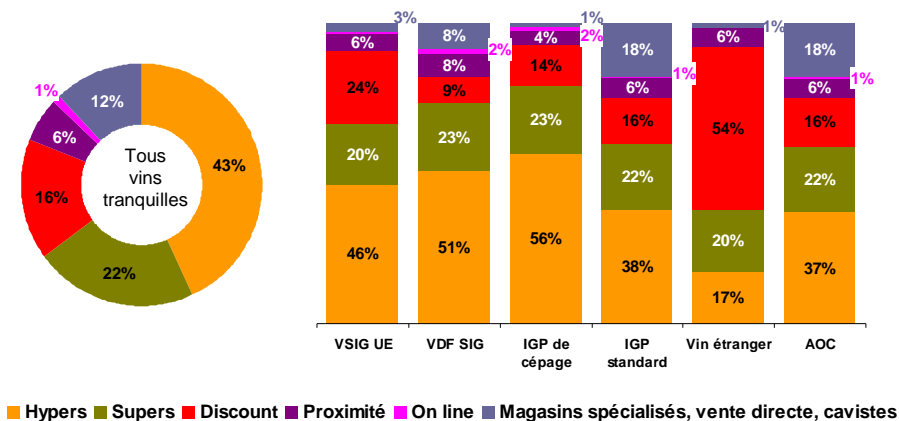
En 2014, les ménages se sont, une fois de plus, largement orientés vers les circuits des GMS (grandes et moyennes surfaces, soit les hypermarchés, les supermarchés et le hard discount) pour y effectuer leurs achats de vins tranquilles destinés à la consommation à domicile.

Le poids de ces circuits dans les achats des différentes catégories est de 75 % pour les vins AOC, de 83 % pour les Vins de France (sans IG), de 90 % pour les vins sans IG en provenance de l'UE, de 93 % pour les IGP de cépages, de 76 % pour les IGP standard et de 81 % pour les vins étrangers.

Parmi ces circuits, le hard discount occupe une place prépondérante dans les achats de vin étranger (54 % de PDM volume).



Poids des circuits dans les achats de vins tranquilles en 2014 (en volume)

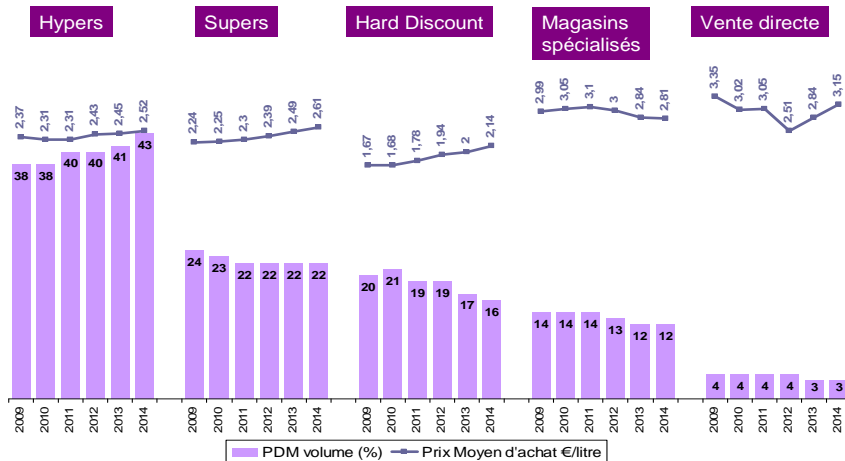


Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Les vins tranquilles peinent en volume, surtout via le hard discount, mal orienté, où les français ont diminué leurs volumes d'achats.



Evolution PDM volume et prix moyen d'achat des vins tranquilles par circuit de distribution



Source KANTAR Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

En revanche, les circuits de proximité accélèrent leur progression grâce à l'augmentation de leur niveau moyen d'achat à 9,2 cols (+ 6,1 % vs 2013), de leur nombre d'actes d'achats à 4,4 actes annuels (+ 2,9 % vs 2013) et de leurs quantités achetées à l'acte à 2,1 cols/acte (+ 3,1 %)

Conclusion

En 2014, la tendance reste identique aux années précédentes sur le marché des vins tranquilles où le bag in box, les IGP et les vins rosés, favorisés par les foyers français, restent les acteurs de la croissance.

Malgré un recrutement qui repart pour la première fois depuis des années, les vins tranquilles continuent à subir des pertes, les foyers français achetant moins fréquemment et en plus petite quantité des vins tranquilles.

Les ménages seniors, cœur de cible du marché, ont particulièrement pénalisé certaines régions AOC, mais les jeunes, qui définiront la future consommation de vins, font partie des cibles recrutées en 2014.

Par ailleurs, le bag in box, toujours en vogue, bénéficie à la fois d'acheteurs plus nombreux qui achètent davantage, les couples d'âge moyen restant les acheteurs les plus attachés à ce conditionnement.

Annexes

Achats des ménages pour leur consommation à domicile en 2014 par tranche d'âge		Pénétration			Intensité d'achat = QA/NA			structure intra-régionale
		en %	en indice	Evolution (%)	en cols 75cl	en indice	Evolution (%)	
- de 35 ans	Tous vins tranquilles	80,6	93,4	4,1	17,0	32,6	-12,6	
	Vins rouges	55,5	80,3	-0,1	10,6	30,6	-22,7	43%
	Vins blancs	61,7	90,1	4,9	5,6	50,4	-3,8	25%
	Vins rosés	42,8	81,9	-5,9	10,2	39,5	15,6	32%
	AOC	70,6	90,4	4,3	9,6	36,7	-23,5	49%
	IGP de cépage	27,8	71,0	4,3	9,8	47,1	1,1	20%
	IGP standard	20,6	63,2	-5,9	9,4	51,6	23,2	14%
	VSIG UE	23,6	83,3	29,5	3,8	23,7	-16,4	7%
	Vin de France SIG	24,4	70,7	-11,4	4,6	29,7	0,1	8%
	Vin étranger	4,8	56,2	-42,0	4,8	74,4	94,6	2%
35 / 49 ans	Tous vins tranquilles	83,4	96,5	-1,1	35,0	67,1	0,8	
	Vins rouges	64,7	93,5	-1,2	20,5	59,1	-3,8	45%
	Vins blancs	64,1	93,7	-1,4	9,8	88,0	-3,5	22%
	Vins rosés	48,4	92,7	-4,4	19,9	77,3	15,6	33%
	AOC	74,0	94,7	-2,1	17,5	67,0	-3,6	44%
	IGP de cépage	34,8	88,8	2,0	20,3	97,1	15,9	24%
	IGP standard	29,0	88,9	-2,6	11,5	62,9	5,2	11%
	VSIG UE	26,1	92,1	13,7	9,6	59,6	-5,0	9%
	Vin de France SIG	31,5	91,1	-8,8	9,8	62,6	-4,2	11%
	Vin étranger	7,4	87,1	-13,5	3,4	52,9	-39,2	1%
50 / 64 ans	Tous vins tranquilles	91,4	105,9	0,7	77,3	147,8	-1,8	
	Vins rouges	78,3	113,2	0,3	49,2	141,6	-1,7	55%
	Vins blancs	75,6	110,4	-0,4	14,2	127,2	-10,6	15%
	Vins rosés	61,9	118,5	2,3	34,6	134,2	2,8	30%
	AOC	85,0	108,8	0,9	35,3	135,0	-2,1	43%
	IGP de cépage	48,4	123,7	7,1	25,9	124,0	-3,6	18%
	IGP standard	41,0	125,5	-1,2	23,5	128,7	-9,4	14%
	VSIG UE	34,9	123,1	6,1	24,1	149,2	8,6	12%
	Vin de France SIG	42,1	122,0	-2,5	22,0	140,3	-6,3	13%
	Vin étranger	12,7	149,3	6,0	5,8	90,0	-0,8	1%
+ 65 ans	Tous vins tranquilles	90,9	105,2	1,0	69,6	133,1	-4,8	
	Vins rouges	77,3	111,8	0,9	47,1	135,4	-5,6	58%
	Vins blancs	72,9	106,5	0,8	13,0	116,7	-7,3	15%
	Vins rosés	55,5	106,1	-3,7	31,2	121,2	3,3	27%
	AOC	83,1	106,4	1,1	36,5	139,6	-7,6	48%
	IGP de cépage	44,3	113,3	7,5	21,7	103,6	-8,9	15%
	IGP standard	38,6	118,1	7,4	22,1	120,9	-11,0	13%
	VSIG UE	31,0	109,3	2,6	19,6	121,5	-0,3	10%
	Vin de France SIG	39,0	113,0	-4,0	19,6	125,3	2,5	12%
	Vin étranger	8,6	100,8	-6,8	10,9	170,9	27,5	1%

(source Kantar - élaboration FranceAgriMer)

Achats des ménages pour leur consommation à domicile en 2014 par catégorie sociale		Pénétration			Intensité d'achat = QA/NA			structure intra-régionale
		en %	en indice	Evolution (%)	en cols 75cl	en indice	Evolution (%)	
Ménage à statut aisé	Tous vins tranquilles	86,9	100,7	0,2	50,6	96,7	-0,2	
	Vins rouges	68,9	99,7	-3,9	34,5	99,3	4,0	54%
	Vins blancs	69,4	101,4	0,1	12,2	109,3	-5,6	19%
	Vins rosés	51,1	97,8	1,0	22,9	88,8	4,0	27%
	AOC	80,4	102,9	0,8	32,9	125,9	-1,0	60%
	IGP de cépage	38,2	97,6	12,2	16,8	80,3	-11,9	15%
	IGP standard	28,5	87,4	-4,4	17,8	97,2	20,0	12%
	VSIG UE	24,9	87,7	8,5	10,2	63,1	-7,3	6%
	Vin de France SIG	29,9	86,7	-1,0	10,5	67,0	-10,5	7%
	Vin étranger	9,6	113,1	5,3	3,1	48,9	-29,0	1%
Ménages à statut moyen supérieur	Tous vins tranquilles	87,3	101,0	1,0	53,1	101,7	-3,0	
	Vins rouges	70,5	102,0	1,2	35,4	101,8	-5,0	54%
	Vins blancs	70,0	102,3	0,3	10,6	94,9	-6,8	16%
	Vins rosés	52,7	100,8	-1,2	26,5	103,0	5,1	30%
	AOC	80,0	102,4	1,4	27,8	106,2	-6,9	48%
	IGP de cépage	38,4	98,1	3,0	23,7	113,2	0,8	20%
	IGP standard	33,0	101,0	6,6	16,5	90,2	-11,6	12%
	VSIG UE	26,5	93,4	13,3	15,3	94,7	0,7	9%
	Vin de France SIG	30,5	88,4	-10,6	16,2	103,8	7,3	11%
	Vin étranger	8,5	100,5	-17,2	6,9	108,4	29,2	1%
Ménages à statut moyen inférieur	Tous vins tranquilles	86,4	100,0	0,2	54,9	105,0	-3,8	
	Vins rouges	69,6	100,7	0,7	35,9	103,3	-6,7	53%
	Vins blancs	68,7	100,4	0,9	11,6	103,9	-9,5	17%
	Vins rosés	54,1	103,5	-3,3	26,7	103,4	8,1	30%
	AOC	77,9	99,7	0,0	25,1	95,9	-7,2	41%
	IGP de cépage	41,1	105,0	6,4	19,9	95,2	-4,1	17%
	IGP standard	34,8	106,6	-0,5	19,9	109,0	-8,1	15%
	VSIG UE	30,5	107,5	10,3	18,6	114,8	-0,2	12%
	Vin de France SIG	37,8	109,5	-6,0	17,0	108,8	0,0	14%
	Vin étranger	8,7	102,5	-0,9	7,0	108,7	29,8	1%
Ménages à statut modeste	Tous vins tranquilles	82,0	94,9	1,7	46,2	88,4	-4,2	
	Vins rouges	63,1	91,2	-0,3	31,4	90,2	-5,7	52%
	Vins blancs	61,5	89,9	0,1	10,4	93,2	-5,0	17%
	Vins rosés	46,7	89,3	-3,4	25,1	97,2	9,0	31%
	AOC	70,9	90,7	0,9	18,6	71,2	-9,7	35%
	IGP de cépage	36,2	92,5	0,8	22,5	107,7	22,2	22%
	IGP standard	30,0	91,8	-1,2	17,9	97,9	-3,6	14%
	VSIG UE	30,5	107,5	5,8	15,8	97,9	-1,8	13%
	Vin de France SIG	37,5	108,7	-1,5	15,5	98,8	-10,2	15%
	Vin étranger	7,0	82,6	-18,8	7,5	116,7	-29,9	1%

(source Kantar - élaboration FranceAgriMer)

Achats des ménages pour leur consommation à domicile en 2014 par région		Pénétration			Intensité d'achat = QA/NA			structure intra-régionale
		en %	en indice	Evolution (%)	en cols 75cl	en indice	Evolution (%)	
Nord	Tous vins tranquilles	86,5	100,1	0,3	55,0	105,3	-6,6	
	Vins rouges	69,7	100,8	-0,9	36,8	105,9	-3,5	54%
	Vins blancs	70,7	103,3	1,6	13,2	118,4	-7,0	20%
	Vins rosés	52,8	100,9	-3,8	23,8	92,5	-6,9	26%
	AOC	79,6	101,9	-0,1	29,7	113,4	-11,8	50%
	IGP de cépage	38,8	99,2	4,0	20,2	96,5	-21,7	16%
	IGP standard	30,5	93,4	1,6	10,2	55,6	-28,2	7%
	VSIG UE	32,5	114,4	8,5	12,5	77,5	19,2	9%
	Vin de France SIG	34,9	101,2	2,2	23,6	150,9	30,6	17%
	Vin étranger	11,7	137,9	-5,9	6,0	93,1	-5,9	1%
Est	Tous vins tranquilles	88,6	102,6	1,8	53,1	101,6	-7,9	
	Vins rouges	71,1	102,8	-1,9	36,8	105,8	-3,2	56%
	Vins blancs	72,1	105,3	-1,4	12,9	115,8	-20,4	20%
	Vins rosés	51,1	97,7	-5,4	22,7	88,1	13,7	25%
	AOC	81,8	104,8	0,9	27,3	104,5	-17,2	48%
	IGP de cépage	34,2	87,3	-0,9	29,7	141,8	39,1	22%
	IGP standard	30,7	93,8	-2,9	14,6	79,8	-12,9	10%
	VSIG UE	35,5	125,1	3,7	12,9	80,0	3,1	10%
	Vin de France SIG	35,1	101,7	-10,9	14,0	89,5	-5,4	10%
	Vin étranger	10,5	123,0	-15,6	5,1	80,0	2,3	1%
Région parisienne	Tous vins tranquilles	83,6	96,8	1,8	49,4	94,5	2,5	
	Vins rouges	65,5	94,8	0,6	33,1	95,4	-1,5	53%
	Vins blancs	64,9	94,9	2,6	12,2	109,3	-1,1	19%
	Vins rosés	46,6	89,1	0,5	25,1	97,2	17,7	28%
	AOC	76,1	97,5	1,7	31,4	119,9	7,7	58%
	IGP de cépage	37,7	96,3	7,8	16,3	78,0	-15,7	15%
	IGP standard	24,8	76,0	-0,4	18,0	98,3	25,3	11%
	VSIG UE	24,7	87,1	19,8	10,9	67,2	-10,6	6%
	Vin de France SIG	25,5	73,7	-1,7	14,4	92,0	-17,9	9%
	Vin étranger	6,9	81,2	-7,9	6,5	100,9	21,0	1%
Ouest-Sud	Tous vins tranquilles	85,8	99,4	-1,4	45,3	86,7	0,5	
	Vins rouges	69,0	99,9	-0,4	30,5	87,7	-1,7	54%
	Vins blancs	63,4	92,6	-6,4	11,7	104,7	4,0	19%
	Vins rosés	53,8	102,9	0,0	19,4	75,4	3,3	27%
	AOC	77,9	99,7	-0,4	19,1	72,9	-15,2	38%
	IGP de cépage	39,0	99,7	-6,8	24,1	115,2	26,9	24%
	IGP standard	30,2	92,4	-1,3	19,8	108,4	17,6	15%
	VSIG UE	24,7	87,0	24,9	17,0	104,9	-15,8	11%
	Vin de France SIG	30,5	88,2	-15,0	13,4	85,7	20,0	11%
	Vin étranger	8,1	95,2	4,5	4,6	71,3	-32,7	1%
Ouest-Nord	Tous vins tranquilles	86,0	99,6	1,1	57,4	109,8	-6,6	
	Vins rouges	69,5	100,5	-1,1	40,5	116,6	-7,4	57%
	Vins blancs	67,5	98,6	3,4	12,7	113,7	-10,1	17%
	Vins rosés	55,5	106,2	-2,6	22,8	88,5	5,6	26%
	AOC	79,5	101,7	1,9	27,5	105,0	-12,1	44%
	IGP de cépage	42,8	109,3	2,6	28,8	137,7	12,7	25%
	IGP standard	31,9	97,6	-0,8	13,7	74,9	-11,4	9%
	VSIG UE	21,9	77,1	19,3	23,0	142,4	-8,4	10%
	Vin de France SIG	29,1	84,4	-10,3	18,4	117,3	-12,6	11%
	Vin étranger	9,0	106,0	-11,0	5,0	77,6	-37,3	1%

(source Kantar - élaboration FranceAgriMer)

Achats des ménages pour leur consommation à domicile en 2014 par région		Pénétration			Intensité d'achat = QA/NA			structure intra-régionale
		en %	en indice	Evolution (%)	en cols 75cl	en indice	Evolution (%)	
Centre-Ouest	Tous vins tranquilles	84,9	98,3	0,5	59,0	112,8	6,4	
	Vins rouges	68,5	99,1	-2,7	42,4	122,1	5,9	58%
	Vins blancs	67,4	98,5	-1,5	9,5	85,2	3,9	13%
	Vins rosés	53,9	103,2	2,4	27,0	104,8	15,6	29%
	AOC	77,9	99,7	3,0	24,3	92,7	7,7	38%
	IGP de cépage	42,6	108,9	8,0	23,2	111,0	3,7	20%
	IGP standard	33,2	101,6	3,7	20,5	112,4	-10,7	14%
	VSIG UE	28,3	99,6	1,7	19,7	121,6	18,3	11%
	Vin de France SIG	39,3	113,9	-6,4	21,5	137,1	9,8	17%
	Vin étranger	9,1	106,7	14,0	5,0	77,8	-46,5	1%
Centre-Est	Tous vins tranquilles	87,6	101,4	0,6	49,0	93,8	-7,1	
	Vins rouges	68,1	98,5	-1,9	32,6	93,7	-7,6	52%
	Vins blancs	74,2	108,3	1,3	10,4	93,3	-11,9	18%
	Vins rosés	52,6	100,7	-1,2	24,8	96,3	3,3	30%
	AOC	77,3	99,0	0,1	22,6	86,5	-9,2	41%
	IGP de cépage	39,1	100,0	12,1	21,1	100,7	-6,1	19%
	IGP standard	34,9	106,7	-3,5	18,1	98,9	-13,0	15%
	VSIG UE	30,4	107,0	6,4	17,2	106,6	-6,2	12%
	Vin de France SIG	42,7	123,7	-2,8	11,6	74,4	-9,4	12%
	Vin étranger	8,2	96,5	-11,8	8,8	137,7	77,7	2%
Sud-Est	Tous vins tranquilles	87,7	101,5	0,5	56,4	107,9	-1,9	
	Vins rouges	72,8	105,3	5,5	30,0	86,4	-10,5	44%
	Vins blancs	68,8	100,5	-0,4	9,1	81,9	-9,0	13%
	Vins rosés	57,5	110,0	-5,5	37,1	143,8	12,2	43%
	AOC	78,0	99,8	-0,4	25,6	97,9	-3,6	40%
	IGP de cépage	43,0	109,9	7,7	14,6	69,9	-15,3	13%
	IGP standard	44,7	136,7	3,3	25,9	141,6	1,0	23%
	VSIG UE	27,9	98,5	-0,5	15,4	95,5	17,8	9%
	Vin de France SIG	42,0	121,5	-4,3	15,4	98,6	-6,6	13%
	Vin étranger	7,8	91,8	-9,0	10,6	165,1	96,1	2%
Sud-Ouest	Tous vins tranquilles	87,4	101,2	0,9	48,7	93,1	-7,5	
	Vins rouges	70,7	102,2	0,4	34,5	99,2	-5,6	57%
	Vins blancs	66,9	97,8	2,9	8,6	77,3	-8,0	14%
	Vins rosés	50,0	95,7	-3,0	24,8	96,1	-6,9	29%
	AOC	77,3	98,9	0,0	23,4	89,4	-10,1	43%
	IGP de cépage	35,7	91,3	8,4	17,4	83,2	1,6	15%
	IGP standard	35,2	107,6	9,0	18,0	98,2	-25,4	15%
	VSIG UE	33,6	118,4	15,7	21,3	131,5	-10,4	17%
	Vin de France SIG	33,3	96,3	-12,2	13,4	85,9	8,6	11%
	Vin étranger	8,5	100,5	-15,1	3,5	54,9	-16,1	1%

(source Kantar - élaboration FranceAgriMer)

