

Viticultures

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



• numéro 19 / 1^{er} mars 2011 /

Europe Viticole

Bilan de la campagne et situation du marché

• À l'occasion de la dernière réunion du groupe consultatif vitivinicole, le 9 février dernier à Bruxelles, la Commission européenne a présenté les derniers échanges de vues sur la situation économique du secteur vitivinicole.

La campagne viticole 2010/11, avec une production de 161 400 000 hl de vins et moûts dans l'UE 27, affiche des baisses de près de 5 % sur la campagne 2009/10 et près de 8 % sur la moyenne quinquennale. Seule la Slovénie prévoit une production, cette année, supérieure à la moyenne des cinq dernières années. Tous les autres États membres producteurs affichent une production inférieure à la moyenne sur 5 ans et ce dans une proportion parfois très importante (- 63 % pour la Tchéquie et la Slovaquie ; - 45 % pour Chypre ; - 30 % pour l'Autriche).

La situation des stocks en début de campagne (31 juillet 2010) montre un niveau en baisse de 3 % à la production et de 2 % au commerce, entre le début et la fin de la campagne 2009/10. Le niveau de stock reste néanmoins assez important. La consommation européenne est estimée à 26,18 litres/capita dans l'UE à 27.

La balance commerciale est positive et le vin est sans doute l'un des rares produits à afficher une telle balance selon la Commission européenne : exportations en hausse ; importations en baisse, en valeur comme en volume. Sur la campagne 2009/10, la balance commerciale du vin affiche un excédent de 3,64 millions €. Enfin, le commerce intracommunautaire occupe également une place importante où l'Italie et l'Espagne sont particulièrement actives.

FONDS VITICOLE

Les règles de fonctionnement actées

LONGTEMPS ATTENDU, LE FONDS DE LA FILIÈRE VITICOLE EST ENFIN OPÉRATIONNEL. CES RÈGLES DE FONCTIONNEMENT ONT ÉTÉ APPROUVÉES PAR LE CONSEIL SPECIALISÉ DE LA FILIÈRE VITICOLE.

Dans un rapport remis au ministre chargé de l'agriculture, le 19 avril 2010, Jérôme Despey, président du Conseil spécialisé de la filière viticole, a mis en avant les conditions nécessaires à la création et à la réussite d'un fonds de la filière viticole. Il doit **permettre de faire émerger une capacité d'actions concertées au niveau national afin de rationaliser et améliorer, notamment, l'efficacité des financements alloués à la promotion, à la recherche et au développement dans le secteur viticole.**

Le cadre général du fonctionnement de ce fonds a été présenté au Conseil d'administration de FranceAgriMer qui s'est prononcé sur les financements de ce dispositif (dans une perspective triennale) puis au Conseil spécialisé de la filière viticole qui a approuvé les règles de fonctionnement. Celles-ci s'apprécient en termes de :

- > composition d'un Comité ;
- > gouvernance du fonds ;
- > modalités de gestion ;
- > évaluation des actions.

Composition d'un Comité

Un Comité, rattaché au Conseil spécialisé de la filière vitivinicole, a été créé sur décision du directeur général de FranceAgriMer, en janvier 2011. Ce Comité (Comité « fonds de la filière viticole » de FranceAgriMer) veille à la bonne coordination des financements des participants aux différents projets de promotion, de recherche et de développement. Il est consulté, à ce titre, et apporte son avis au Conseil spécialisé sur la définition de la stratégie et des politiques générales relatives à la promotion des vins de la France, la recherche et le développement dans le secteur viticole. En outre, il propose une répartition adaptée des crédits de FranceAgriMer entre la promotion, la recherche et le développement au regard des orientations stratégiques définies. La présidence de ce Comité a été confiée au président du Conseil spécialisé.

Arrachage définitif pour la campagne 2010/11

Bilan au 28 février 2011

- Un premier bilan de la mesure arrachage définitif pour la campagne 2010/11 a été arrêté au 28 février 2011 :
- > nombre total de dossiers : 1 953 ;
- > montant total de prime : 36 910 582 € ;
- > superficie totale demandée : 7 561 ha ;
- > superficie totale acceptée : 6 264 ha ;
- > nombre de dossiers en arrachage total et + 55 ans : 1 354 dossiers pour 3 940 ha acceptés ;
- > nombre de dossiers en arrachage total : 512 dossiers pour 2 148 ha acceptés ;
- > nombre de dossier en +55 ans et rejet année n-1 : 87 dossiers pour 177 ha acceptés.

La région Languedoc-Roussillon est la première concernée avec une surface en arrachage de près de 4 593 ha acceptés pour 1 467 dossiers. Viennent ensuite les Pays de la Loire (488 ha 75 dossiers), l'Aquitaine (335 ha pour 92 dossiers), Rhône-Alpes (335 ha pour 143 dossiers) et Midi-Pyrénées (222 ha pour 85 dossiers).

Tableau de bord vin Février 2011

- À l'occasion du Conseil spécialisé, FranceAgriMer a mis à la disposition des professionnels les dernières données disponibles sur la conjoncture.

Le tableau de bord de février 2011 vous est communiqué avec ce numéro de Viticultures

AGENDA

- > 16 mars 2011 : groupe de travail permanent du Conseil « promotion vins »
- > 22 mars 2011 : Conseil d'administration de FranceAgriMer
- > 23 mars 2011 : Conseil spécialisé de la filière viticole de FranceAgriMer

Gouvernance du fonds

Le fonds doit permettre une approche partagée entre les interprofessions viticoles françaises et FranceAgriMer. Le Conseil spécialisée de la filière viticole a l'autorité générale sur son fonctionnement. Il est tenu régulièrement informé des travaux et des orientations émanant du Comité et des groupes de travail. Au-delà de la nécessaire définition des règles de choix des projets concernés, il importe que le Comité définisse des orientations stratégiques tant en promotion qu'en recherche et développement. Deux plans stratégiques à trois ans seront discutés avant la fin du premier semestre 2011. Le fonds n'a pas vocation à collecter des subsides, mais bien à coordonner les financements des participants aux différents projets. Il est soumis aux contraintes de gestion de FranceAgriMer et notamment le non report d'une année sur l'autre des crédits non engagés. De plus, le Conseil d'administration de FranceAgriMer fixe chaque année le montant des crédits alloués au fonds dans le cadre du vote de l'EPRD (règle de l'annualité budgétaire à laquelle l'établissement est soumis). Les crédits qui n'auraient pas fait l'objet d'un engagement avant la date du 1^{er} septembre de chaque année sont automatiquement reversés dans le budget d'intervention de FranceAgriMer et remis à disposition du Conseil d'administration de l'établissement. Du côté de la profession, le caractère national des projets se traduit par la participation de plusieurs interprofessions et/ou organisations professionnelles au financement de ceux-ci. Le financement est réparti à parité entre les crédits des organismes professionnels ou interprofessionnels et ceux de FranceAgriMer. Chaque financeur est responsable des modalités de versements de sa participation.

Gestion des projets

Le fonds travaille par projets, en fonction des orientations stratégiques que le Comité a fixées. Ce dernier s'appuie sur deux instances à vocation plus technique :

- > un groupe de travail permanent du Conseil « recherche & développement » pour toutes les questions de recherche et de développement ;
- > un groupe de travail permanent du Conseil « promotion vins » pour toutes les questions de promotion et de communication.

Ces deux instances ont pour objectifs de préparer en amont les orientations, la validation techniques des projets, les modalités de sélection et l'évaluation obligatoire des actions.

Le groupe de travail « recherche & développement » a pour mission de traduire techniquement (sous forme de fiches projets, par exemple) les thématiques et problématiques d'envergure nationale définies par le Comité et la profession. L'avis d'un Conseil scientifique et technique (CST) de la filière viticole est requis pour l'examen des projets, notamment pour l'appréciation du caractère national de ceux-ci.

La réflexion et l'expertise d'une politique globale de promotion des vins sont confiées au groupe de travail permanent du Conseil « promotion vins ». Les organisations professionnelles et interprofessionnelles participent à la réflexion et à la mise en œuvre de campagnes collectives nationales en liaison avec les campagnes régionales. Elles sont amenées à cofinancer des projets de promotion communs avec les pouvoirs publics.

L'évaluation

L'évaluation des actions du fonds est nécessaire. Elle est établie périodiquement par le biais d'un compte rendu annuel d'activité. Celui-ci est présenté au Conseil spécialisé de la filière vitivinicole et au Conseil d'administration de FranceAgriMer. Transmis au ministre de l'agriculture, il devra mettre en évidence la pertinence du choix des actions par rapport aux orientations stratégiques retenues et à l'impact de celles-ci sur la filière viticole.



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

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

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

Tableau de bord

> Le tableau de bord de la filière Vins de FranceAgriMer

Février 2011

Unité Cultures et filières spécialisées

Marchés à la production vrac

	Volumés*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vins de France (SIG)	↘ (-8%)	↘ (-16%)	↗ (+14%)
Vins de France (SIG) cépage	↗ (% ns)	↗ (% ns)	↗ (% ns)
Vins de France IGP	↗ (+24%)	↗ (+18%)	↗ (+9%)
Vins de France IGP cépages	↗ (+43%)	↗ (+35%)	↗ (+30%)
Vins de France AOC	↗	↗	↗

(*) Évolution des échanges cumulés par rapport à 6 mois de campagne 2009/10 pour les VSIG et les IGP, 5 mois pour les AOC.

	Prix*		
	Rouges	Rosés	Blancs
Vin de France (SIG)	↗ (+28%)	↗ (+7%)	↗ (+14%)
Vin de France (SIG) cépage	↘ (-1%)	↗ (+11%)	↗ (+31%)
Vins de France IGP	↗ (+24%)	↗ (+12%)	↗ (+3%)
Vins de France IGP cépages	↗ (+20%)	↗ (+12%)	↘ (-1%)
Vins de France AOC	↗	↗	↗

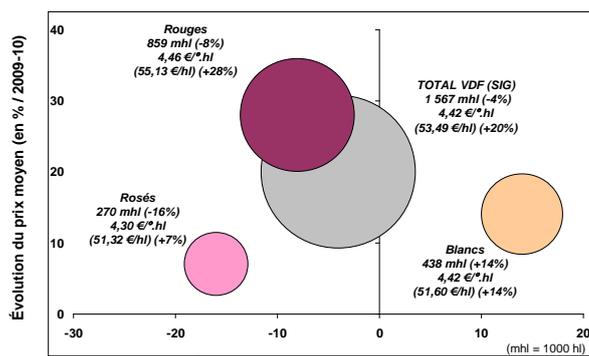
(*) Évolution des prix moyens pondérés par rapport à 6 mois de campagne 2009/10 pour les VSIG et les IGP, 5 mois pour les AOC.

Source : contrats d'achat FranceAgriMer / Inter Oc / Organisations interprofessionnelles AOC.

Suite à l'activité observée sur les deux derniers mois, le marché des Vins de France sans Indication Géographique continue fortement de réduire le déficit commercial constaté par rapport à la campagne précédente. A 6 mois de campagne 2010-2011, les ventes cumulées de ces vins toutes couleurs confondues ne s'élèvent toutefois qu'à 1,6 million d'hl, en retrait de 4% par rapport aux volumes qui avaient été commercialisés à la mi-campagne 2009-2010.

Comme observé depuis le début 2010-2011, cette diminution s'explique principalement par la relative faiblesse des quantités de vins rouges/rosés qui ont pu être disponibles pour une commercialisation sur le segment des vins sans Indication Géographique. Compte tenu des besoins exprimés et des volumes disponibles plus réduits sur ce segment, les prix moyens à mi-campagne des vins rouges (55,13 €/hl ; +28 % / à fin janvier 2010), et à un moindre degré des rosés (51,32 €/hl ; +7%), s'établissent donc toujours à des niveaux relativement élevés, en progression importante par rapport à la campagne précédente. Les cours des blancs sont aussi assez fermes à 51,60 €/hl de moyenne depuis le début 2010-2011, en hausse de 14% par rapport à leur niveau plutôt bas de l'année dernière.

Transactions vrac Vin de France sans IG en 2010-2011



Source : Contrats d'achat FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE

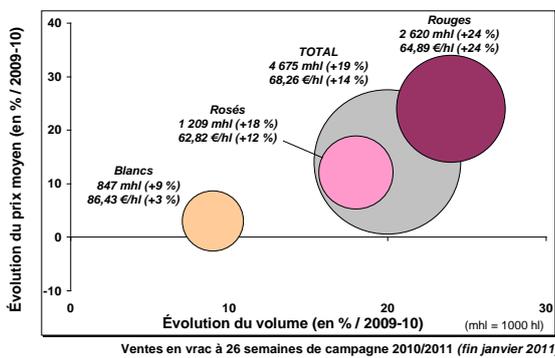
A l'intérieur du segment des vins sans IG, les transactions cumulées de Vins de France sans Indication Géographique dont les contrats mentionnent un ou plusieurs cépages (17% des VSIG rouges/rosés ; 29% des VSIG blancs) continuent pour leur part d'afficher des progressions importantes par rapport à la campagne précédente.

Ainsi, à 6 mois de campagne 2010-2011, les ventes cumulées de ces vins toutes couleurs confondues

s'élèvent à 316 000 hl (154 000 hl en rouge, 33 000 hl en rosé, 129 000 hl en blanc) contre 138 000 hl à fin janvier 2010 (49 000 hl en rouge, 16 000 hl en rosé, 73 000 hl en blanc). Comme sur l'ensemble des vins sans IG, la valorisation des vins avec mention de cépages est toujours supérieure à celle de la campagne précédente pour les principaux cépages en volume comme le merlot (64,44 €/hl ; +18 % / à fin janvier 2010) et le cabernet-sauvignon (66,28 €/hl ; +20 %) en rouge ; le grenache en rosé (63,16 €/hl ; +21 %) ou encore le chardonnay (78,72 €/hl ; +1%) et le sauvignon (73,81 €/hl ; +15%) en blanc.

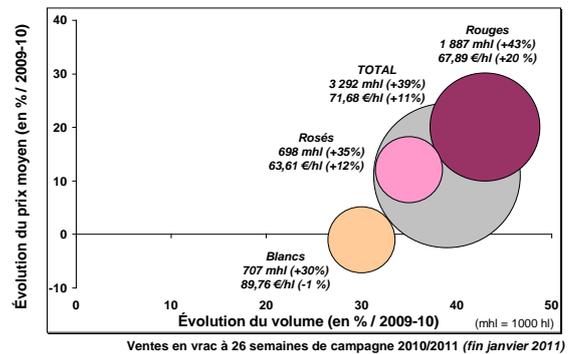
moyens de ces vins rouges/rosés à 6 mois de campagne (64,24 €/hl ; +20% / à fin janvier 2010) continuent toujours de progresser et affichent une nette augmentation par rapport à la campagne précédente sous l'effet d'une hausse de 18% du prix moyen des cépages (67,89 €/hl), mais aussi de celui des « génériques » (59,03 €/hl ; +19%). De manière générale, le cours des blancs reste aussi relativement ferme avec des niveaux quasiment comparables à 2009-2010 pour les cépages (89,76 €/hl ; -1% / à fin janvier 2010) et les IGP sans mention (69,64 €/hl ; +0 %).

Transactions vrac Vin de France IGP* en 2010-2011



(*) IGP Pays d'Oc = 69 % des volumes.
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer et InterOc
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Transactions vrac Vin de France IGP avec mention de cépage* en 2010-2011



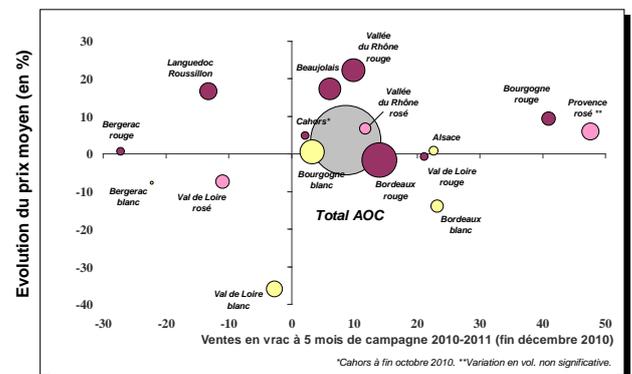
(*) IGP Pays d'Oc = 94 % des volumes.
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer et InterOc
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Grâce à une activité très soutenue sur les quatre dernières semaines, les ventes cumulées de Vins de France à Indication Géographique Protégée sont toujours nettement supérieures à celles que l'on pouvait observer à mi-campagne 2009-2010 s'élevant à 3,8 millions d'hl de vins rouges/rosés (+22%) et à 0,8 million d'hl de blancs (+9%). Comme observé au cours des semaines précédentes, l'évolution favorable de ce segment du marché s'explique essentiellement par la forte progression des ventes de ces vins mentionnant un cépage (2,6 millions d'hl de vins rouges/rosés, en hausse de 41% / aux 6^{èmes} mois 2009-2010 ; 0,7 million d'hl en blanc, +30%) et plus particulièrement par celles de l'IGP Pays d'Oc (2,5 millions d'hl en rouges/rosés, +42% ; 0,6 million d'hl en blancs, +25%) qui représentent la majeure partie des échanges de ce segment du marché.

A fin janvier 2011, les volumes cumulés de vins IGP commercialisés sans mention de cépages (1,4 million d'hl, -10% / à fin janvier 2010) sont par contre en baisse par rapport à l'année dernière. Il en est de même pour les IGP départementales dont le cumul des transactions (0,9 million d'hl toutes couleurs confondues) recule de 12% par rapport à l'année dernière, en relation avec la faiblesse des quantités de ces vins qui ont été mises sur le marché.

Dans un contexte global de disponibilités rouges/rosés réduites pour le marché et compte tenu de la demande qui s'exprime sur l'ensemble du segment IGP, les cours

Transactions vrac Vin de France AOC rouges/rosés/blancs en 2010-2011



Source : Organisations interprofessionnelles, Elaboration : FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

A fin décembre 2010, l'activité du marché vrac des Vins de France ayant une Appellation d'Origine Contrôlée permet lui aussi d'observer une progression des ventes en volume grâce à l'augmentation des échanges des AOC du bordelais, du beaujolais, de la vallée du Rhône et de Bourgogne. Certains groupes d'appellations enregistrent toutefois des transactions cumulées inférieures à celles de l'année dernière à cette même date suite à des disponibilités vraisemblablement réduites en vrac ou en comparaison avec une campagne 2009-2010 très active comme sur les appellations de Dordogne en rouge.

De manière générale, les prix sont aussi comparables ou supérieurs à ceux de la campagne précédente à l'exception notable de ceux des appellations d'Aquitaine, en blanc et de la vallée de la Loire, en rosé et en blanc, suite à la faiblesse des cours du Muscadet.

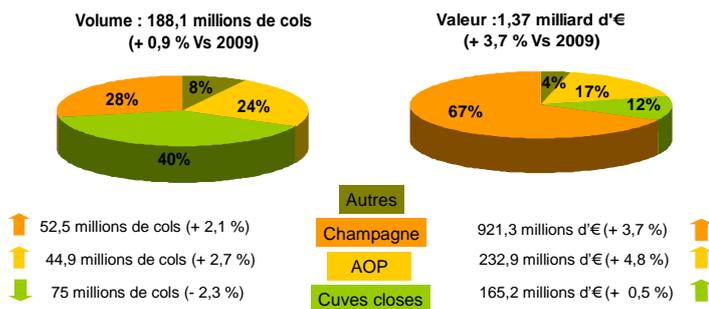
Consommation

Focus sur les vins effervescents : bilan 2010 des ventes en grande distribution

En 2010, le marché des vins effervescents en grande distribution représente 188,1 millions de cols pour un chiffre d'affaires de 1,37 milliard d'euros, soit une hausse de + 0,9 % en volume et + 3,7 % en valeur Vs 2009, et + 3,7 % en volume et + 7,4 % Vs 2008/2009.

Etabli à 7,3 €/col, le prix moyen de vente de ces vins augmente de + 2,8% Vs 2009 et + 5,3 % Vs 2008/2009.

Le marché des vins effervescents par catégories en grande distribution (HD inclus) – année 2010



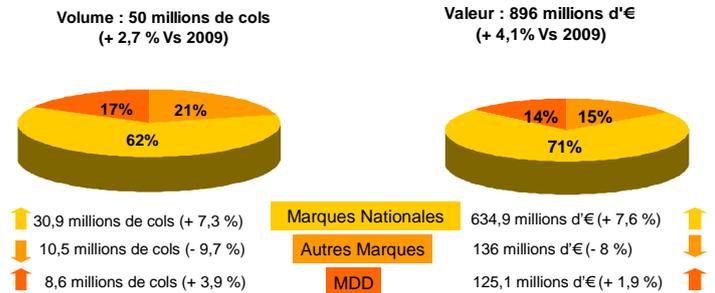
(Source : Symphony IRI P13/10 – élaboration FranceAgriMer)

Hors hard discount, le marché des vins effervescents en grande distribution représente 171,9 millions de cols commercialisés pour un chiffre d'affaires de 1,31 milliard d'euros, soit une croissance en volume et en valeur, respectivement de + 0,9 % et + 4 % Vs 2009, et + 4,1 % et + 7,9 % par rapport à la moyenne 2008/2009.

Le prix moyen de vente des vins effervescents en grande distribution (hors HD) s'établit, pour l'année 2010, à 7,6 €/col, soit en augmentation de + 3 % par rapport à 2009, et + 5,4 % par rapport à 2008/2009.



Le marché du champagne en grande distribution (hors HD) - année 2010



(Source : IRI FRANCE P13/10 – élaboration FranceAgriMer)

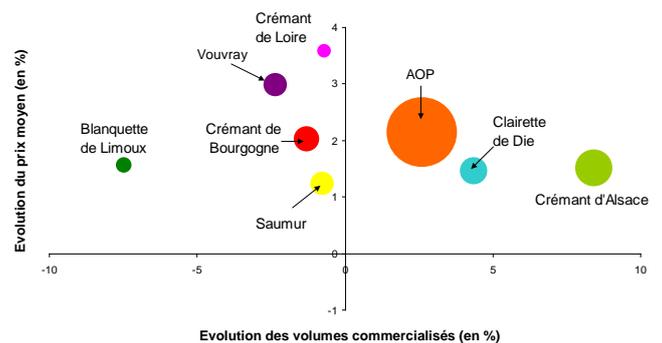
En 2010, les ventes de Champagne en GD représentent 52,5 millions de cols pour un chiffre d'affaires de 921,3 millions d'euros, soit + 2,1 % en volume et + 3,7 % en valeur par rapport à 2009, et + 8,6 % en volume et + 7,5 % en valeur par rapport à la moyenne 2008/2009.

Hors HD, les ventes de Champagne représentent 50 millions de cols pour un résultat de 896 millions d'euros, soit + 2,7 % en volume et + 4,1 % en valeur par rapport à l'année 2009 (+ 9,1 % en volume et + 8,1 % en valeur Vs 2008/2009).

Etabli à 17,9 €/col pour l'année 2010, le prix moyen de vente du champagne (hors HD) augmente de + 1,4 % Vs 2009, et affiche une baisse de - 0,8 % Vs 08/09.



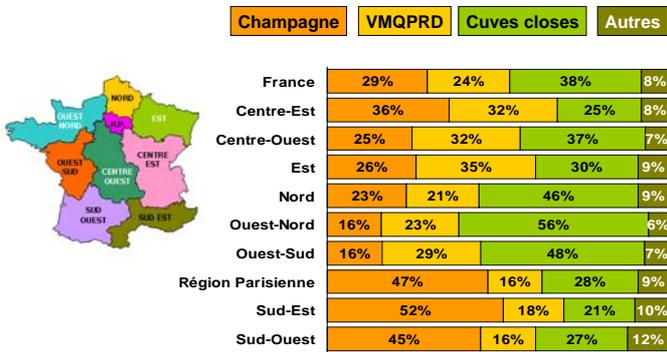
Les ventes d'AOP en grande distribution (hors HD) 2010 Vs 2009



(Source : Symphony IRI P13/10 – élaboration FranceAgriMer)

S'agissant des AOP, les ventes de deux appellations progressent en grande distribution en 2010 : le Crémant d'Alsace (+ 8,4 % en volume et + 10,1 % en valeur par rapport à l'année 2009) et la Clairette de Die (+ 4,4 % en volume et + 5,9 % en valeur Vs 2009).

Structures régionales des ventes de vins effervescents en grande distribution (hors HD) – année 2010



(Source : Symphony IRI P13/10 – élaboration FranceAgriMer)

Source : panel de distributeurs Symphony IRI

Commerce extérieur

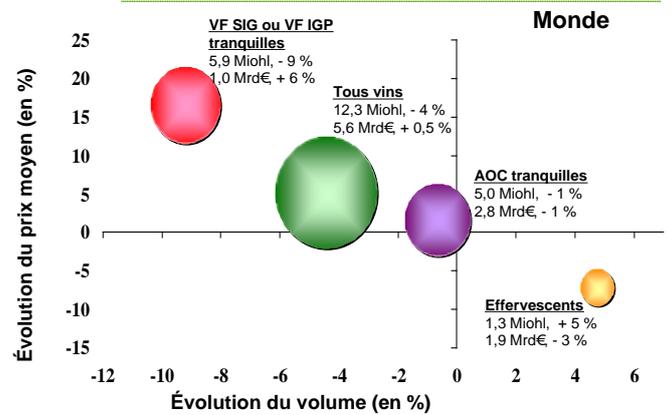
NB : Les données présentées restent provisoires et seront actualisées au cours du premier semestre 2011

Tout en restant prudent sur les chiffres définitifs, on note que par rapport à l'année 2009, les **exportations françaises sur les 11 premiers mois 2010** sont en croissance. Celles-ci ont atteint 12,3 millions d'hectolitres (soit + 8 % par rapport à la même période de 2009) et 5,6 milliards d'euros (soit + 13 % par rapport à la même période de 2009).

Par rapport à la moyenne des cinq dernières années, les exportations françaises de vins vers le monde enregistrent, à 11 mois 2010, une très légère hausse en valeur (+ 0,5 %) et une baisse en volume de 4 %.

Globalement, le prix moyen des exportations de la France vers ses principaux clients est en progression (+ 5 %) avec 4,60 €/litre sur les 11 premiers mois de l'année contre 4,37 €/litre sur la moyenne des 11 premiers mois de ces cinq dernières années.

Les exportations françaises de vins cumulé 11 mois 2010 / moyenne 2005-2009 (cumulé 11 mois)



(Source : MAAPRAT-SSP)

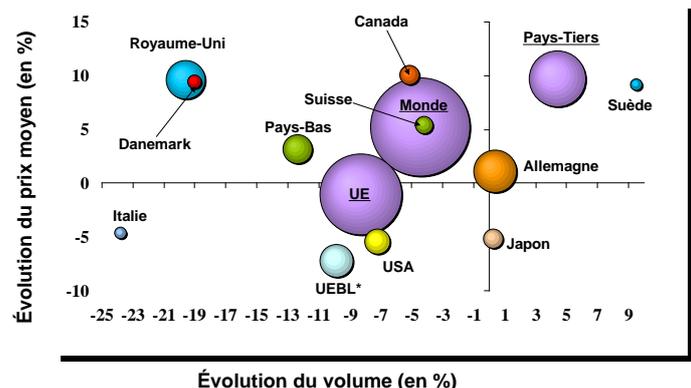
Le détail par produit à 11 mois 2010 (par rapport à la moyenne quinquennale) n'est pas homogène.

Les vins effervescents connaissent un redressement de 5 % en volume contre un recul de 3 % en valeur. Le prix moyen (14,16 €/litre) est en baisse de 7 %.

Les vins tranquilles subissent une baisse des volumes exportés. Cette diminution des volumes est marquée pour les VF IGP et VF SIG qui enregistrent un recul de plus de 9 % en volume. Ces derniers connaissent cependant une progression en valeur de 6 % soit une hausse du prix moyen de plus de 16 % avec 1,66 €/litre. Les vins AOC/AOP enregistrent une diminution en volume beaucoup moins marquée (- 1 %) mais ces vins subissent également une légère baisse en valeur (- 1 %), pour un prix moyen en légère hausse (+ 2%).

Par rapport à la moyenne des cinq dernières années, les exportations, globalement en retrait, restent encourageantes vers les pays tiers (hors USA) avec une progression de 4 % en volume et 14 % en valeur. En outre, la reprise au sein de l'Union Européenne est plus mitigée.

Les exportations françaises de vins cumulé 11 mois 2010 / moyenne 2005-2009 (cumulé 11 mois)



* UEBL : Union économique belgo-luxembourgeoise

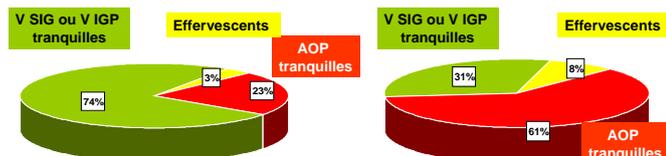
(Source : MAAPRAT-SSP)

Les **importations françaises à 11 mois**, proches des 5,2 millions d'hectolitres sont stables par rapport à la moyenne des cinq dernières années. Le montant total de ces importations, 447 millions d'euros, est lui en baisse de 7 %.

Importations françaises de vins : le marché par catégories
cumul 11 mois 2010 / moyenne 2005-2009 (cumul 11 mois)

Volume : 5,2 Mio hl (+ 1 %)

Valeur : 447 Mio euros (- 7%)



(Source : MAAPRAT - SSP)

En volume, 74% de ces importations sont des V SIG ou V IGP, 23 % des AOP et 3 % des effervescents.

Sur ces 5,2 millions d'hectolitres, 89 % des importations proviennent de l'Union Européenne : Espagne 47 %, Italie 20 %, Portugal 8 % ; et 11 % des pays tiers : U.S.A 2%, Chili 3 %, Afrique du Sud 2 %, Australie 1 %.