

# FranceAgriMer

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

novembre 2009 • numéro

**165**

VINS ET CIDRES /

# infos

ISSN 1951-0349



**TABLEAU DE BORD  
à fin octobre 2009**

**LES VENTES DE  
VINS TRANQUILLES  
EN GRANDE DISTRIBUTION  
Bilan de campagne  
2008/2009**



FranceAgriMer

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

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](http://www.franceagrimer.fr)



FranceAgriMer

## Sommaire

---

■ TABLEAU DE BORD GENERAL.....	2
■ MARCHES A LA PRODUCTION.....	5
■ CONSOMMATION TAXEE.....	63
■ LES VENTES DE VINS TRANQUILLES EN GRANDE DISTRIBUTION BILAN DE LA CAMPAGNE 2008-2009.....	65

# Tableau de bord général

---

## Marchés à la production

### ■ VINS SANS INDICATION GEOGRAPHIQUE (A FIN OCTOBRE 2009)

A fin octobre 2009, les ventes cumulées de vins sans indication géographique (VSIG) rouges/rosés et blancs (413 mhl ; -6% / à fin octobre 2008) sont encore inférieures à celles de la campagne précédente, sous l'effet d'un léger retard en rouge/rosé (365 mhl ; -2 %), plus important en blanc (48 mhl ; -25 %). De manière générale, l'activité sur ce marché est encore réduite en volume. Elle porte encore principalement sur des ventes de vieux vins sans aucune mention de cépage. Les transactions de vins sans IG mentionnant un cépage sont toujours peu significatives pour l'instant. On observe cependant une progression assez sensible de l'utilisation d'une telle mention pour les transactions de VSIG blancs.

En terme de valorisation, le prix moyen des vins rouges/rosés (3,40 €/°hl ; +8% / à fin octobre 2008) continue son redressement avec un prix moyen supérieur à celui du début de la campagne précédente. Le prix des blancs reste pour sa part toujours très erratique en rythme hebdomadaire. Il progresse toutefois aussi par rapport à la campagne précédente avec 4,99 €/°hl de moyenne pondérée à fin octobre en hausse de 8 % par rapport à 2008-2009.

### ■ VINS A INDICATION GEOGRAPHIQUE PROTEGEE (A FIN OCTOBRE 2009)

Avec un début de campagne un peu plus actif qu'en 2008-2009 au regard de la faiblesse des échanges de cette période de la campagne précédente, les ventes cumulées de vins à indication géographique protégée (IGP) rouges/rosés et blancs sont en légère progression (901 mhl ; +8 % / à fin octobre 2008-2009). Comme pour les VSIG, on n'a toutefois pas encore assisté au réel décollage des ventes habituellement associé à l'enregistrement des transactions du nouveau millésime dans la mesure où les échanges n'ont encore concerné que des vins de la récolte précédente.

En rouge/rosé, la baisse des cours initiée fin 2008-2009 semble avoir été stoppée. Compte tenu du nombre important des transactions portant sur le millésime 2008, le prix moyen de ces vins à fin octobre (50,33 €/hl, -1% / 2008-2009) reste cependant légèrement inférieur à celui de la campagne précédente à la même date. Après un creux observé sur la fin 2008-2009 et le début 2009-2010, le prix moyen des blancs (85,64 €/hl, -6% / 2008-2009) est par contre de nouveau établi sous la barre des 90 €/hl en légère baisse par rapport à son niveau artificiellement élevé du début de la campagne précédente.

### ■ VINS D'APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE/VINS A INDICATION GEOGRAPHIQUE PROTEGEE (A FIN SEPTEMBRE 2009)

Sur les deux premiers mois de la campagne 2009-2010, les ventes vrac des vins AOP/IGP des différents bassins sont encore relativement calmes avec une activité commerciale généralement inférieure à celle de la campagne précédente à la même date. Les seuls groupes qui enregistrent une progression globale de leurs ventes sont les AOP d'Aquitaine sous l'impulsion du Bordeaux et du Bergerac rouge, et les vins à indication du Languedoc-Roussillon, grâce à l'IGP Pays d'Oc. Depuis le début de la

campagne, les prix moyens de ces vins restent dans l'ensemble comparables, voire légèrement inférieurs, à ceux de 2008-2009.

## **Consommation**

### ■ VENTES DE VINS TRANQUILLES EN GRANDE DISTRIBUTION EN 2008/2009

Pendant la campagne 2008/2009, les ventes de vins tranquille en grande distribution ont représenté 9,5 millions d'hectolitres (+ 0,8 % vs 2007/2008) pour une valeur de 3,4 milliards d'euros (+ 4 %). Les vins rouges représentent près de 60 % des volumes et des valeurs commercialisés, cependant, leurs ventes régressent de - 1,6 %. Ce sont les rosés qui tirent les données de la campagne vers le haut : ¼ des ventes de vins tranquilles, et une progression de + 8,8 % en volume et + 14,1 % en valeur.

C'est la catégorie des VDP qui enregistre la meilleure progression de ses ventes en grande distribution au cours de la campagne 2008/2009 : + 8,6 % en volume et + 14,1% en valeur. Cette catégorie représente plus du quart (27 % ) des volumes de vins tranquilles commercialisés en grande distribution.

### ■ ACHATS DE VINS TRANQUILLES PAR LES MENAGES EN 2008/2009

Durant la campagne 2008/2009, 78,3 % des foyers français ont acheté du vin. Les achats de vins tranquilles reculent dans toutes les tranches d'âge, et notamment chez les plus de 50 ans qui sont le cœur de clientèle des acheteurs de vin. Seules les catégories aisées augmentent leurs achats au cours de cette campagne : + 4 % par rapport à la campagne 2007/2008.

### ■ VENTES DE VINS EFFERVESCENTS EN GRANDE DISTRIBUTION EN 2008/2009

En 2008/2009, les ventes de vins effervescents en grande distribution (hors HD) ont représenté 163,9 millions de cols (+ 2% vs 2007/2008) pour une valeur de 1,2 milliard d'euros (+2,4 %). Ces augmentations touchent également le hard discount : 15,5 millions de cols vendus pour un résultat de 64 millions d'euros soit + 0,3 % de ventes supplémentaires et + 4,2 % de chiffre d'affaires.

La ventilation par catégories met en évidence un recul des ventes (hors HD) de champagne de l'ordre de -1,4 % en volume et - 0,3 % en valeur par rapport à la campagne précédente, tandis que les volumes commercialisés d'AOC progressent de + 4%.

### ■ ACHATS DE VINS EFFERVESCENTS PAR LES MENAGES EN 2008/2009

Les seules tranches de population dont les achats de vins effervescents augmentent sont les 50/64 ans (+3,1%), qui représentent par ailleurs le cœur de clientèle, et les moins de 35 ans (+3,4%).

### ■ CONSOMMATION TAXEE (A FIN AOÛT 2009)

Le volume de vin soumis au droit de circulation durant le mois d'août 2009 s'est élevé à 2,4 millions d'hl (-3 % par rapport à août 2008) qui se répartissent, selon les anciennes catégories réglementaires, entre 1,3 million d'hl de VQPRD (soit un niveau équivalent à celui du mois d'août 2008) et 1,1 million d'hl d'Autres vins (en baisse de 6 %).



## **Commerce extérieur**

### ■ BILAN DES EXPORTATIONS DE VINS CAMPAGNE 2008-09

Les ventes de vins en France à l'exportation durant la campagne 2008/2009 enregistrent une baisse significative en valeur de - 18% (par rapport à 2007/2008), elles atteignent 5,8 Mds €. En volume, les exportations atteignent 12,7 millions d'hl, soit une baisse de - 12 %. Ces baisses touchent la plupart des catégories de produits.

Les vins de table et de pays sont relativement moins touchés : -7% en volume avec 6,4 millions d'hl exportés et une légère baisse en valeur avec 1 milliards € (- 1 %). Pour les VQPRD tranquilles, les baisses sont de 16% en volume ( à 5,5 Mio hl) et de -18 % en valeur à 2,9 Mrd€. Les vins effervescents sont particulièrement sensibles à la morosité : -18% en volume et -25% en valeur. La situation s'est particulièrement dégradée au début de l'année 2009 comme en témoignent les résultats du 1<sup>er</sup> trimestre : - 15 % en volume, - 29 % en valeur avec une désaffection prononcée pour le haut de gamme et le champagne.

### ■ BILAN DES IMPORTATIONS DE VINS CAMPAGNE 2008-09

Au cours de la campagne 2008/2009, la France a importé plus de 5,6 millions d'hectolitres de vins, soit une baisse de - 7,1 % par rapport à 2007/2008. En valeur, les importations se sont maintenues, +0,4 %, soit 531 millions d'euros. Les produits importés sont en majorité du vrac (à 76 %) importés d'Espagne qui est notre premier fournisseur avec 50 % de part de marché.



FranceAgriMer

Direction Marchés, Etudes et Prospective  
Unité Cultures et Filières Spécialisées  
Dossier suivi par Philippe JANVIER  
philippe.janvier@franceagrimer.fr

## ***Marchés à la production à fin octobre 2009***

*La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles FranceAgriMer Infos est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : « extrait FranceAgriMer Infos, le numéro et le mois concernés ». De plus, dans le cas d'une étude, il est demandé de préciser le titre de celle-ci et les sources des tableaux. La reproduction du logo FranceAgriMer Infos devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par FranceAgriMer Infos*

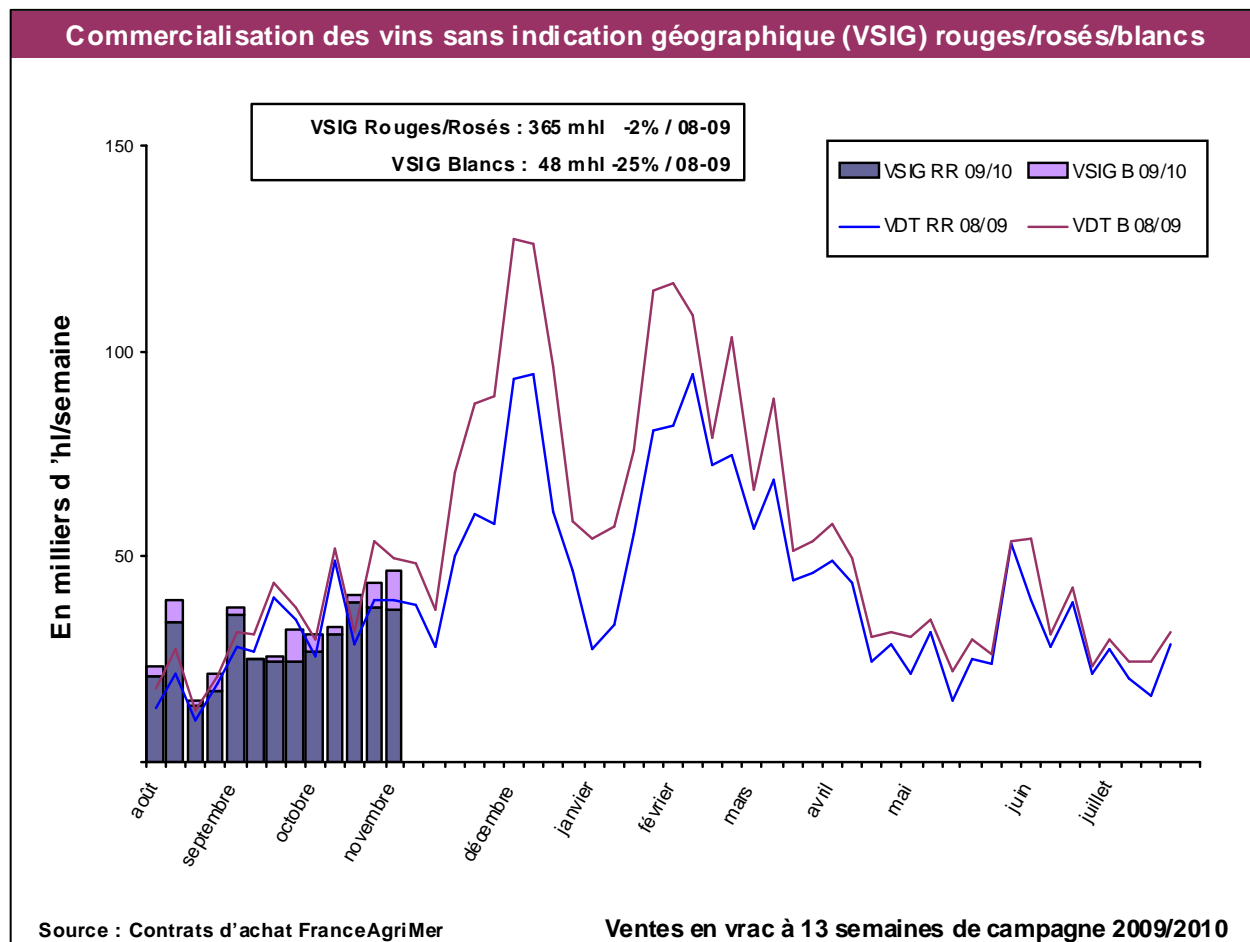
---

Depuis le 1<sup>er</sup> avril 2009, **FranceAgriMer** se substitue aux cinq offices agricoles – Office de l'Élevage, Ofimer, ONIGC, Onippam et Viniflor – et au Service des Nouvelles des Marchés (décret n° 2009-340, du 27 mars 2009).

---

# Marché des vins sans indication géographique rouges, rosés et blancs

## Volumes des ventes à 13 semaines 2009-2010 (fin octobre 2009)



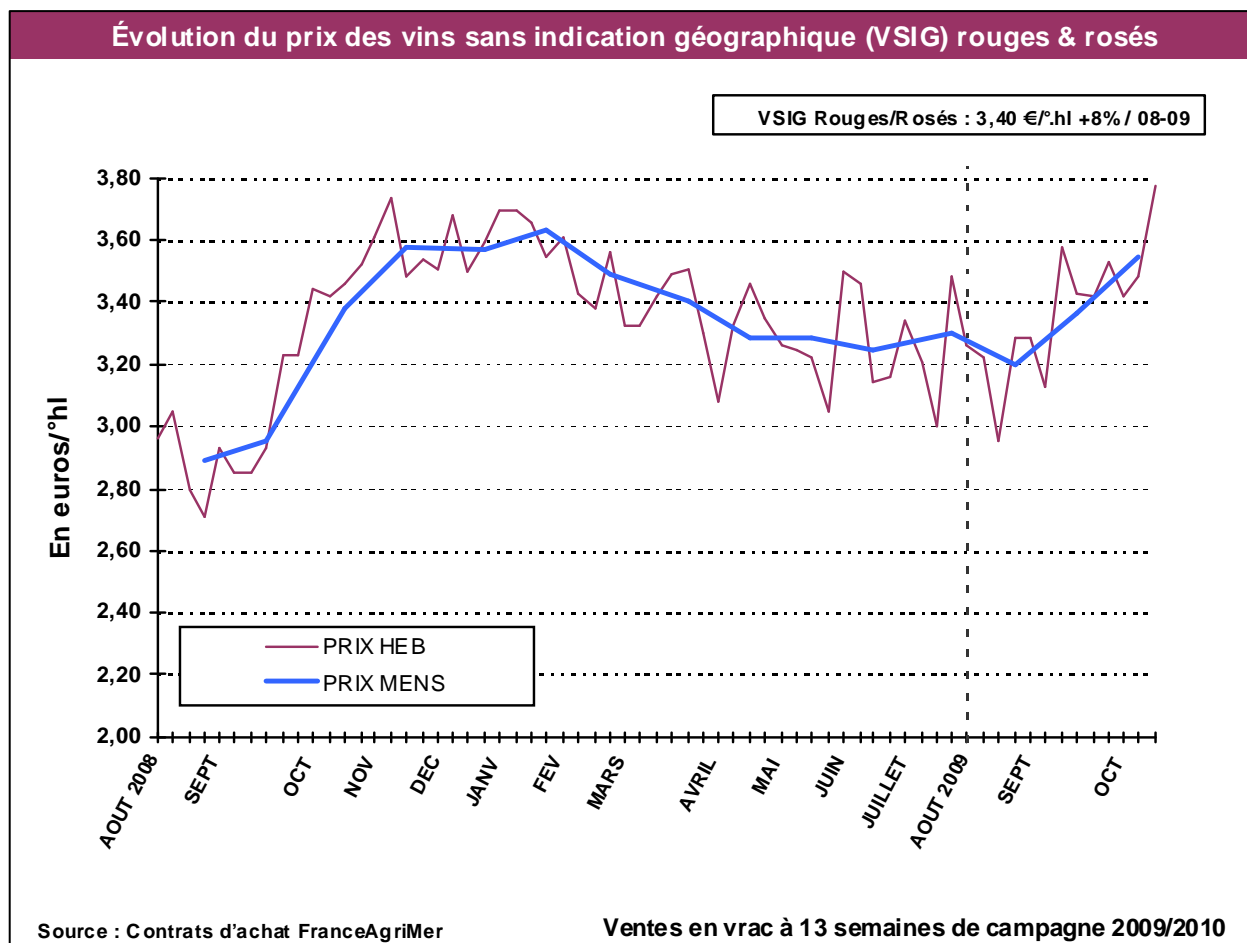
A fin octobre 2009, les ventes cumulées de vins sans indication géographique (VSIG) rouges/rosés et blancs (413 mhl ; -6% / à fin octobre 2008) sont encore inférieures à celles de la campagne précédente, sous l'effet d'un léger retard en rouge/rosé (365 mhl ; -2 %), et d'un retrait plus important en blanc (48 mhl ; -25 %).

De manière générale, même si les volumes hebdomadaires commercialisés de ces vins progressent de semaine en semaine, l'activité commerciale sur ces vins est encore réduite en volume avec des échanges portent encore principalement sur de vieux vins (récolte 2008, voire 2007) sans aucune mention de cépage.

En effet, à 13 semaines de campagne, les ventes de vins sans indication du nouveau millésime ne concernent que 57 mhl en rouges/rosés (+9 % / 13 semaines 2008-2009) et 18 mhl en blancs, soit 47 % de moins que sur la même période de 2008-2009.

Les transactions de vins sans IG mentionnant un cépage pour leur part sont encore peu significatives pour l'instant, notamment sur les vins rouges/rosés. On observe cependant une progression relativement sensible de l'utilisation d'une telle mention pour les transactions de VSIG blancs.

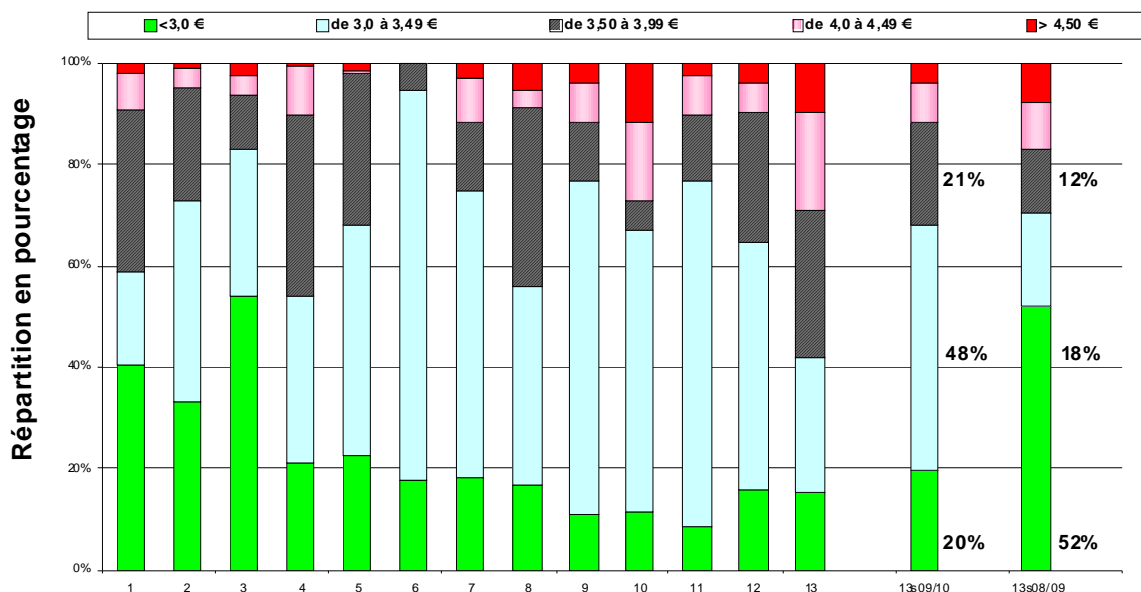
## Prix des vins sans indication géographique rouges/rosés



En terme de valorisation, le prix moyen des vins rouges/rosés (3,40 €/°hl ; +8% / à fin octobre 2008) continue son redressement avec un prix moyen pondéré supérieur à celui du début de la campagne précédente.



## Répartition des transactions de VSIG rouges/rosés par tranches de prix

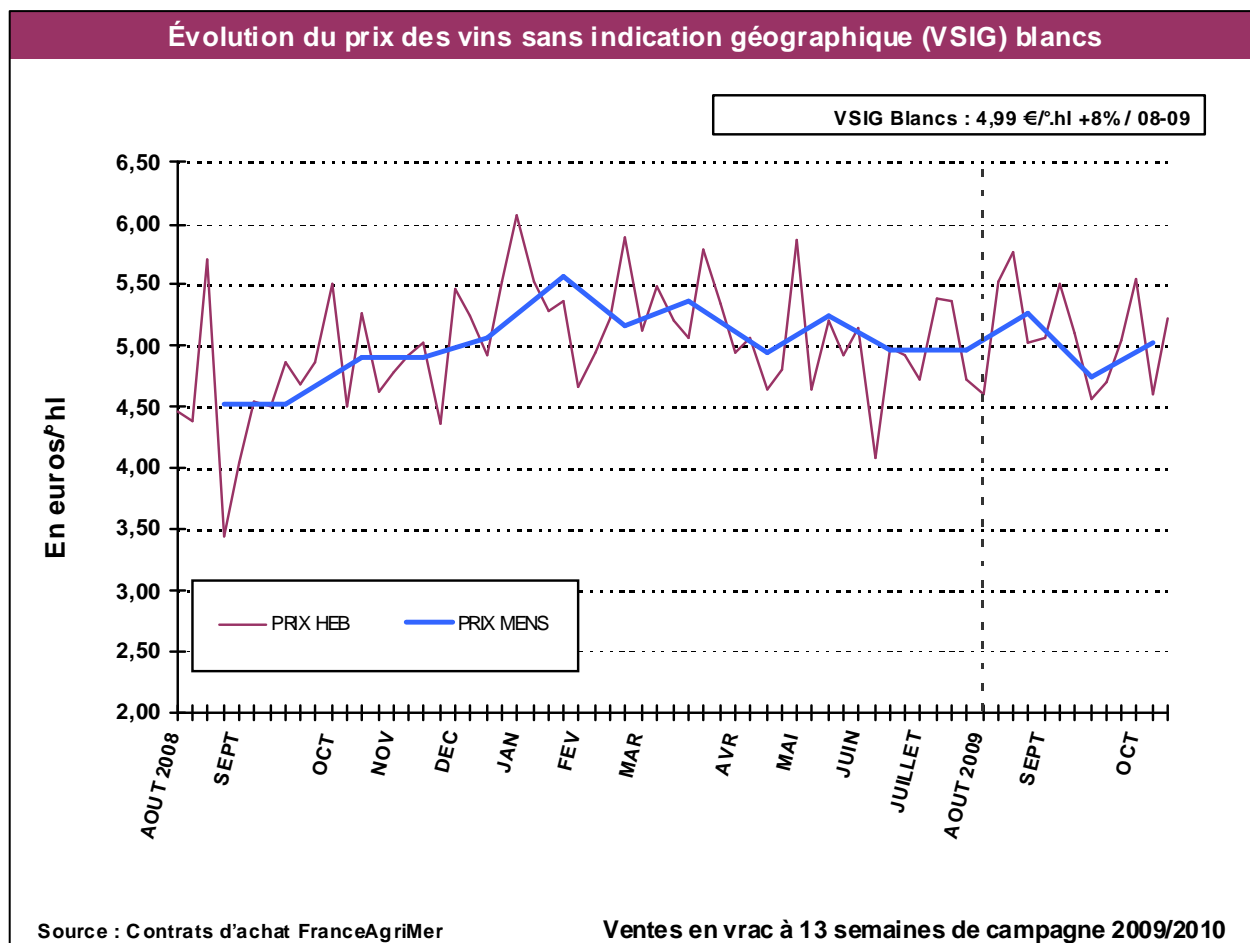


Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Ventes en vrac à 13 semaines de campagne 2009/2010

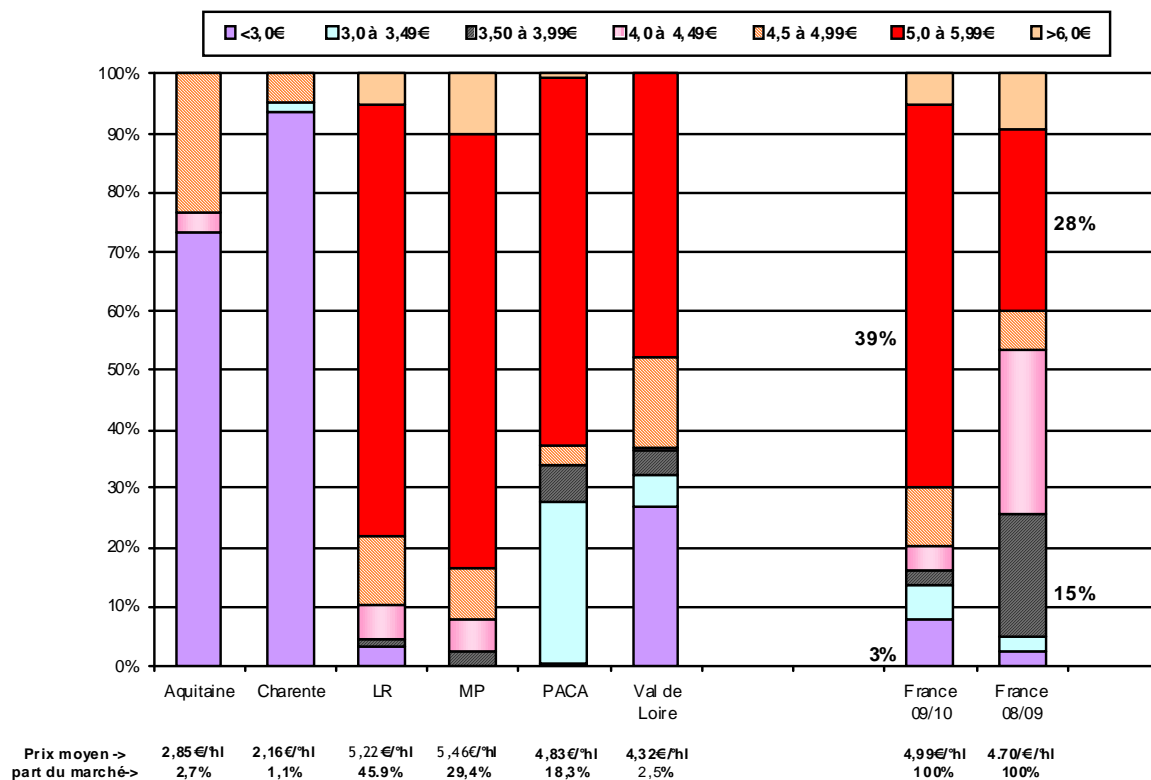
Dans le détail des ventes par tranche de prix, on constate que cette évolution du prix moyen résulte d'un nombre plus réduit que l'année dernière à la même date de transactions réalisées à moins de 3,00 €/°hl (20 % des ventes contre 52 % en 2008-2009), en partie consécutif aux effets de la distillation de quelques 600 000 hl de vins rouges et rosés. Une part plus importante des affaires a aussi été réalisée entre 3,00 et 3,50 €/°hl (48 % des transactions cumulées à 13 semaines de campagne 2009-2010), voire au dessus des 4,00 €/°hl pour 21 % des échanges.

## Prix des vins sans indication géographique blancs



Le prix des blancs reste pour sa part toujours très erratique en rythme hebdomadaire. Il progresse toutefois aussi par rapport à la campagne précédente avec 4,99 €/°hl de moyenne pondérée à fin octobre 2009 en hausse de 8 % par rapport à octobre 2008.

## Répartition des ventes de VSIG blancs par tranches de prix



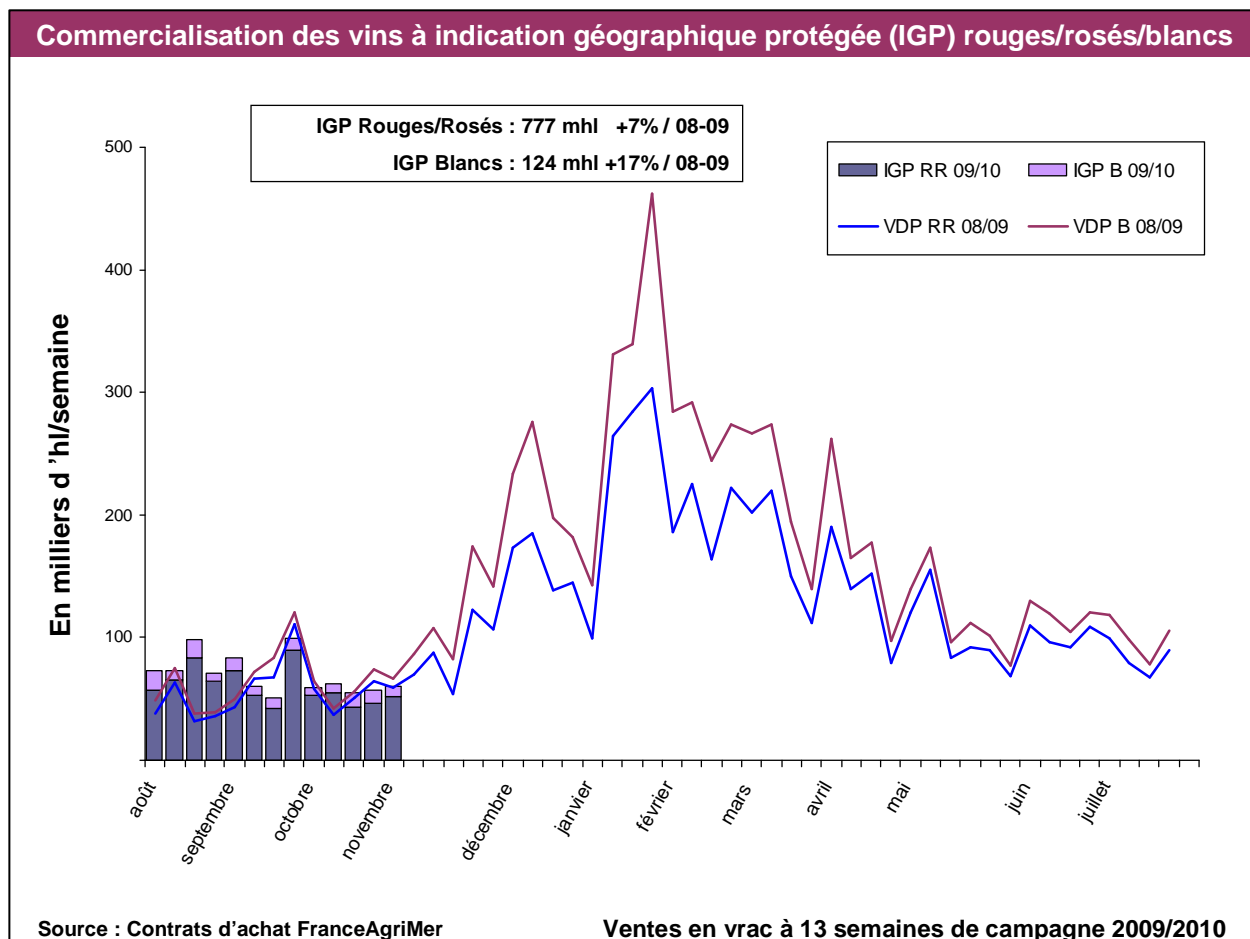
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Ventes en vrac à 13 semaines de campagne 2009-2010

Ce niveau de prix moyen résulte principalement du nombre important d'affaires conclues entre 5,00 et 6,00 €/°hl au départ des régions Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, voire PACA, qui commercialisent le plus de volumes sur ce segment du marché. La très grande majorité des ventes en Aquitaine et en Charente ont par contre été réalisées à moins de 3,00 €/°hl, pour une part très cependant réduite du marché national.

# Marché des vins à indication géographique rouges, rosés et blancs

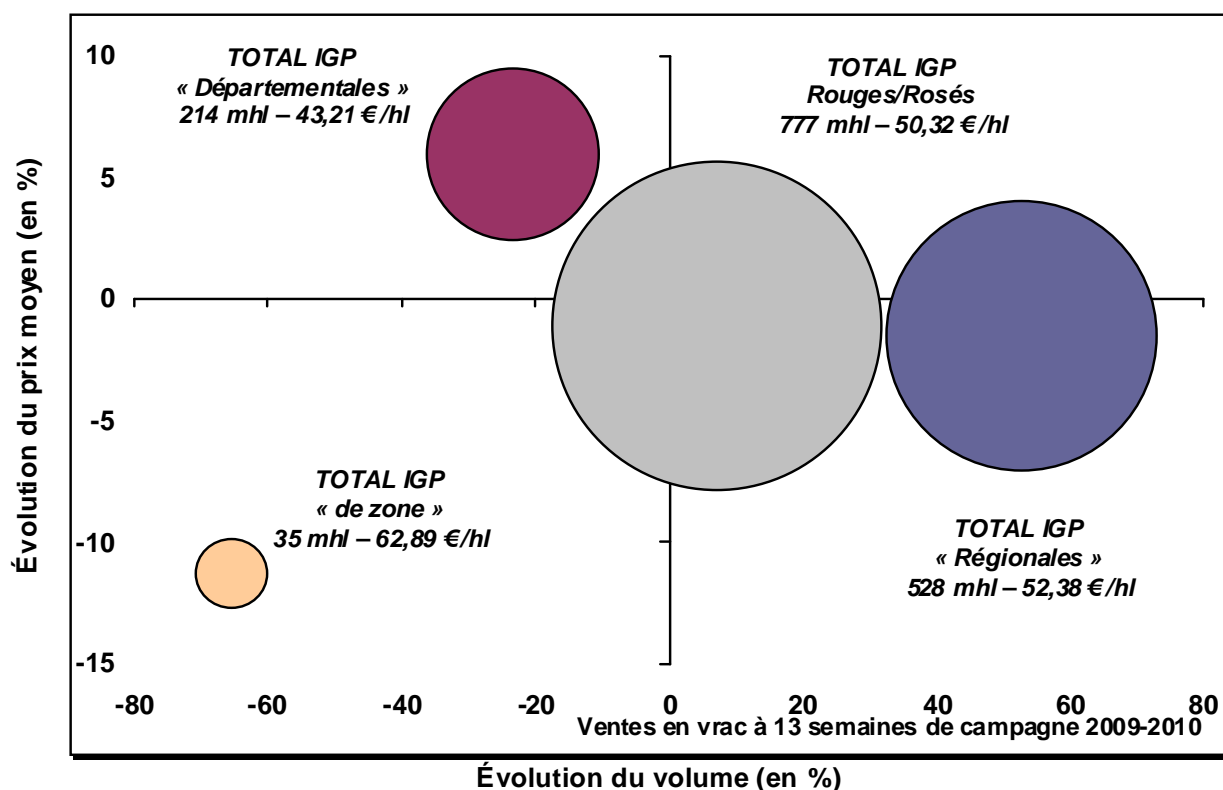
## Volumes des ventes à 13 semaines 2009-2010 (fin octobre 2009)



Avec un début de campagne un peu plus actif qu'en 2008-2009 au regard de la faiblesse des échanges de cette période de la campagne précédente, les ventes cumulées de vins à indication géographique protégée (IGP) rouges/rosés et blancs sont en légère progression par rapport à celles que l'on pouvait observer l'année dernière à cette même date (901 mhl ; +8 % / à fin octobre 2008).

Comme pour les VSIG, on n'a toutefois pas encore assisté au réel décollage des ventes généralement associé à l'enregistrement des transactions du nouveau millésime dans la mesure où les échanges n'ont encore concerné que des vins des récoltes antérieures. A 13 semaines de campagne, seuls 19 mhl de vins rouges/rosés ont ainsi pu être enregistrés par les services de FranceAgriMer, contre 21 mhl sur la même période de 2008-2009, tandis que les ventes de blancs n'ont concerné 8 mhl, soit 16 % de moins que lors de la campagne précédente.

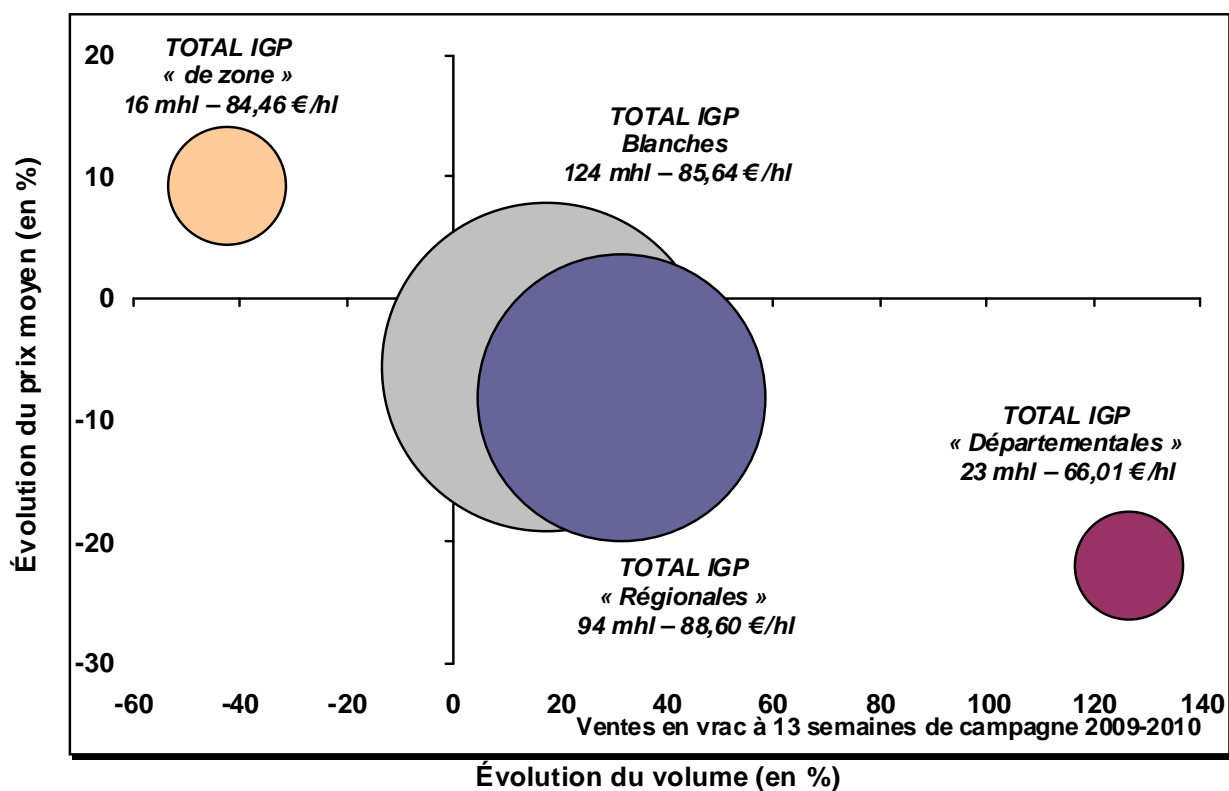
## Commercialisation vrac vins IGP rouges/rosés en 2009-2010



L'analyse des ventes en fonction des anciennes catégories réglementaires de vins de pays fait apparaître que la progression de l'activité de ce début de campagne résulte essentiellement de l'augmentation, par rapport à leur faible niveau de 2008-2009, des transactions des ex-vins de pays de région (IGP « régionales ») qui apparaissent de nouveau comme plus dynamiques sur ce segment du marché.

Après leur progression sur 2008-2009, les transactions cumulées des ex-vins de pays de zone (dites IGP « de zone ») connaissent par contre une forte baisse par rapport à celles, plutôt élevées, du début de la campagne précédente. Il en est de même pour les ex-vins de pays de département (dites IGP « départementales ») dont les échanges cumulés sont pour l'instant en retrait de près de 20 % par rapport à 2008-2009.

## Commercialisation vrac vins IGP blancs en 2009-2010

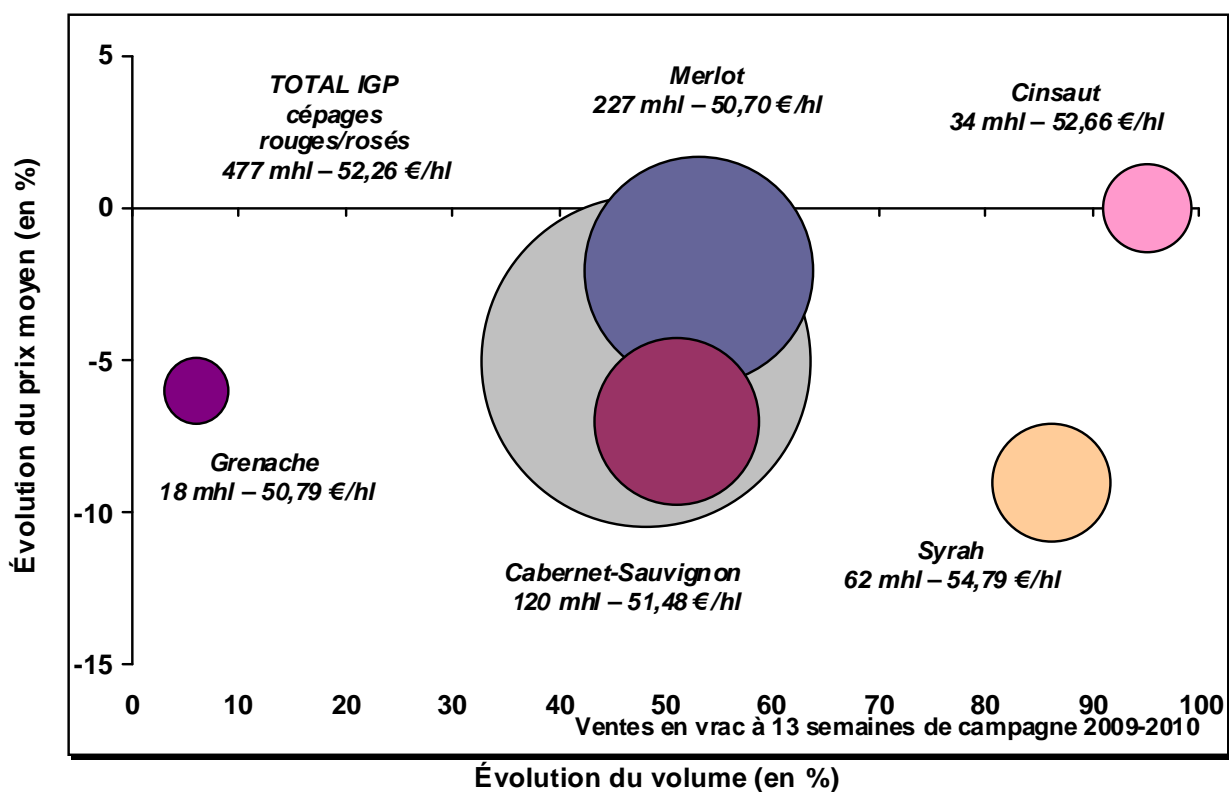


Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Selon les anciennes catégories réglementaires de vins de pays, les ventes cumulées des vins à IGP blancs montre elle aussi un meilleur dynamisme pour les IGP « régionales » et les IGP « Départementales » qui sont en nette progression par rapport à leur niveau du début de la campagne précédente. Comme en rouges/rosés, les IGP « de zone » enregistrent par contre un recul marqué, après toutefois un bon maintien en 2008-2009.



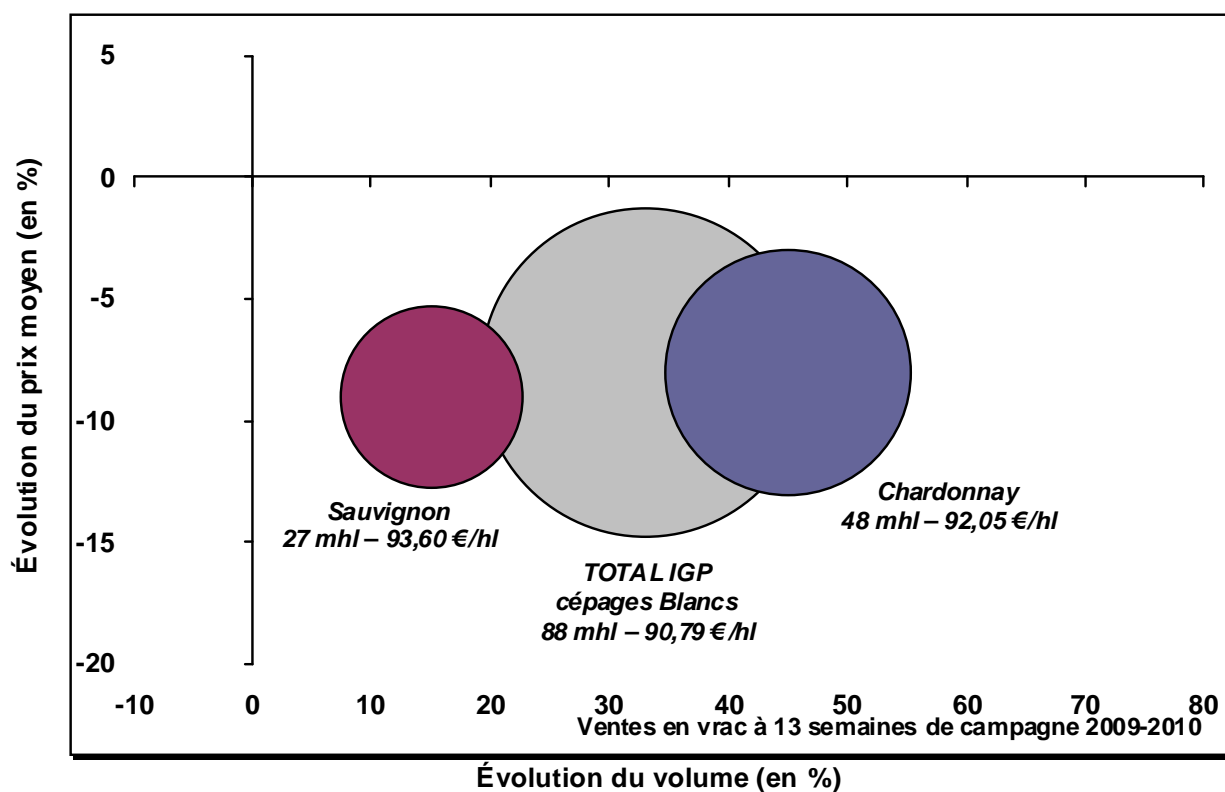
## Commercialisation vins IGP de cépages rouges/rosés en 2009-2010



Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

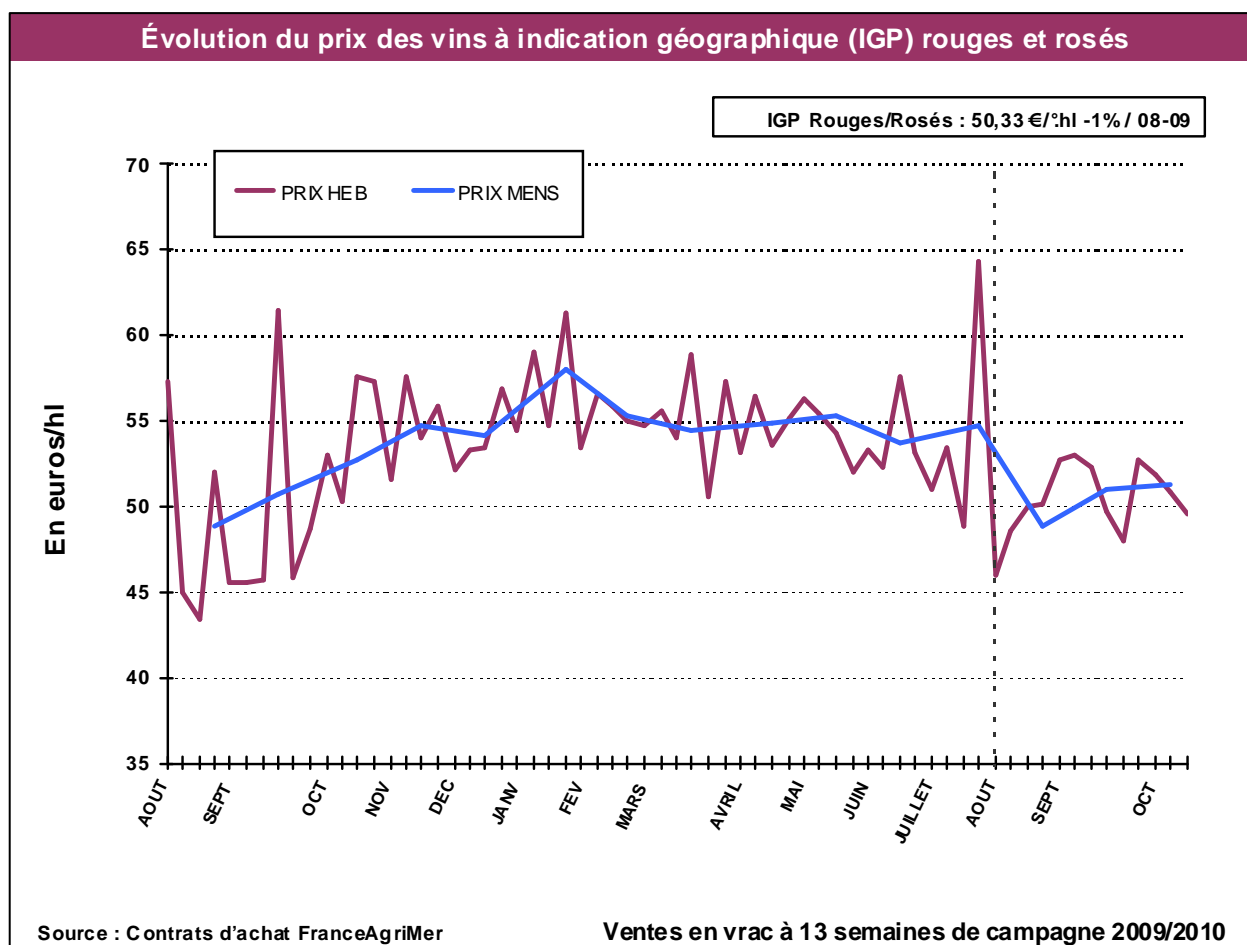
De manière cohérente avec la progression globale des ventes de vins à IGP, les échanges cumulés depuis le début de la campagne de ces vins mentionnant un cépage rouge ou rosé (477 mhl ; +48 % / à fin octobre 2008) sont en nette augmentation par rapport au début 2008-2009 ; grâce à une meilleure activité sur le marché des vins mentionnant un cépage rouge (404 mhl ; +43 %), notamment en merlot, cabernet-sauvignon et syrah, ou rosé (73 mhl ; +85 %), principalement en cinsaut (34 mhl ; + 95 % / 13 semaines 2008-2009).

## Commercialisation vrac vins IGP cépages blancs en 2009-2010



Par rapport aux 13 premières semaines de 2008-2009, la progression des ventes cumulées est aussi très vive pour les IGP mentionnant un cépage blanc (88 mhl ; +33 % / à fin octobre 2008) avec un retour vers des niveaux de commercialisation plus normaux, sur cette période de la campagne, en chardonnay (48 mhl ; +45 %) et en sauvignon (27 mhl ; +15 %) après le recul de 2008-2009.

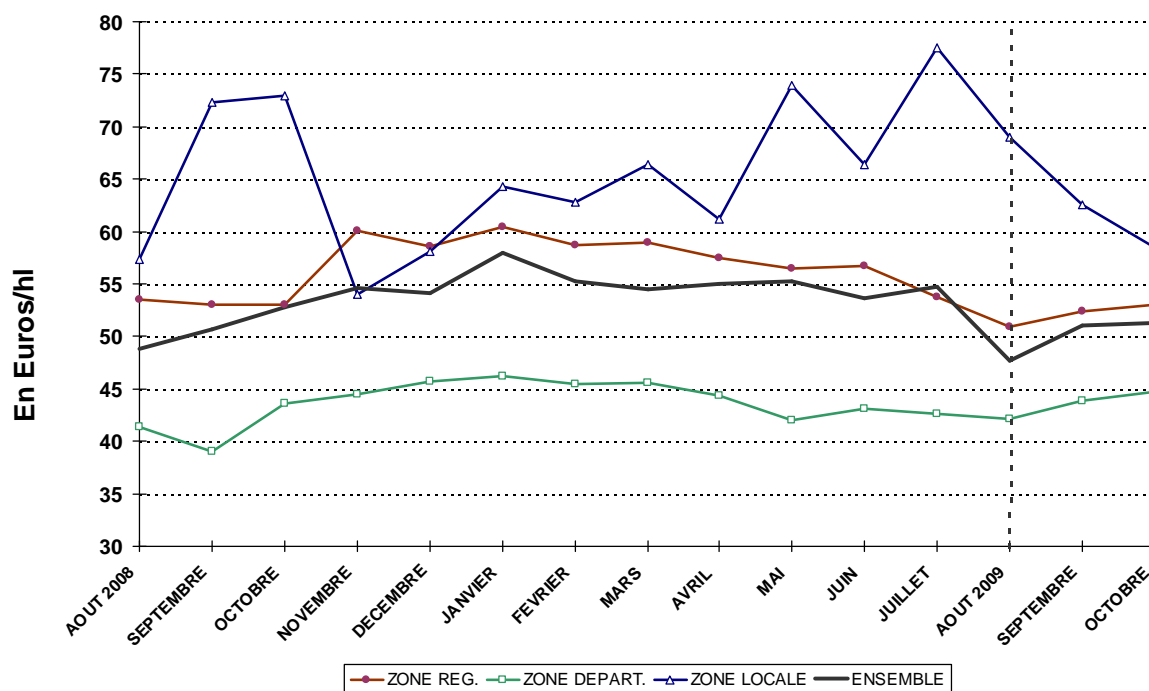
## Prix des vins à indication géographique protégée rouges/rosés



A fin octobre 2008, la baisse des cours observée sur le début 2009-2010 semble avoir été stoppée.

Compte tenu du nombre important des transactions portant encore sur les volumes du millésime 2008 qui n'avaient pas encore été commercialisés jusqu'à présent, le prix moyen pondéré de ces vins à 13 semaines de campagne (50,33 €/hl, -1% / à fin octobre 2008) reste cependant légèrement inférieur à celui de la campagne précédente à la même date sous l'impulsion d'une baisse du prix des rosés (53,17 €/hl ; -12 % / à fin octobre 2008) en partie compensée par la hausse des rouges (49,55 €/hl ; +3 %).

## Évolution du prix des vins IGP rouges et rosés

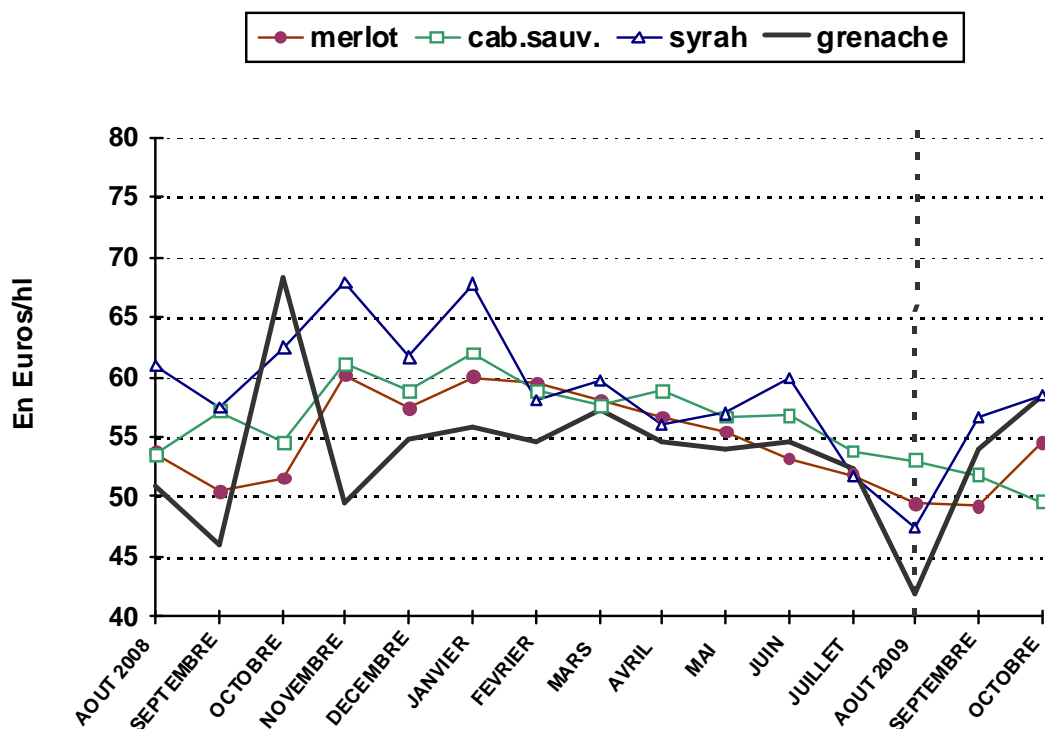


Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Ventes en vrac à 13 semaines de campagne 2009/2010

Dans le détail des anciennes catégories réglementaires de vins de pays, on constate que cette évolution, en rouges/rosés, est principalement imputable à l'inflexion, puis à la relative stabilisation, enregistrée par les prix des IGP « régionales » (ex-vins de pays de région) ainsi qu'à une baisse saisonnière anticipée des cours des IGP « de zone ». Les IGP « départementales » enregistrent par contre une remontée de leur prix moyen mensuel vers la barre des 45 €/hl.

## Évolution du prix des vins IGP rouges avec mention de cépage



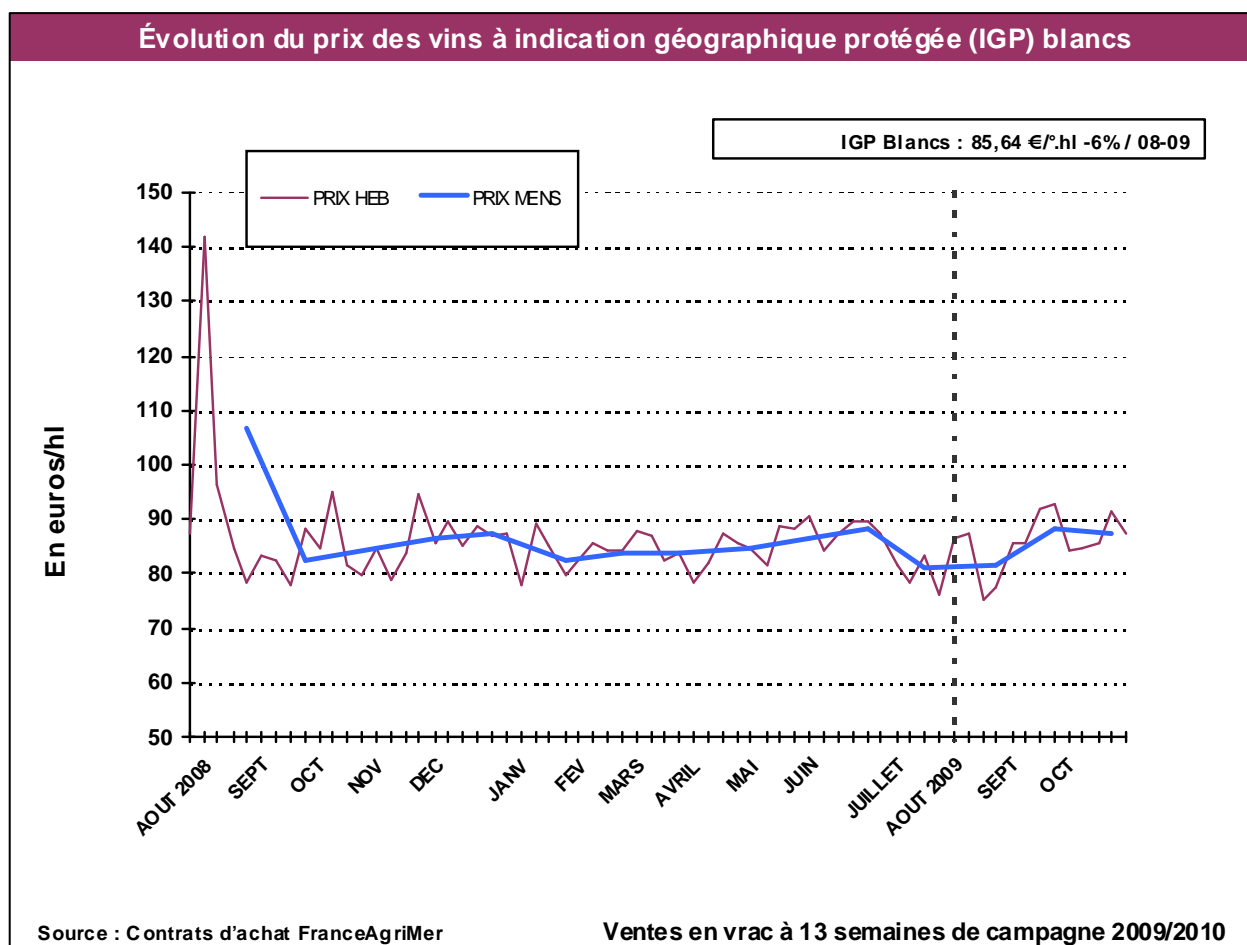
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Ventes en vrac à 13 semaines de campagne 2009/2010

Après la baisse des cours observée à la fin de la campagne 2008-2009, les prix des IGP mentionnant un cépage rouge (52,04 €/hl ; -6 % / à fin octobre 2008) enregistrent un certain rebond sous l'impulsion de l'augmentation du cours mensuel de la syrah, du grenache et du merlot. Le prix moyen pondéré du cabernet-sauvignon (51,33 €/hl ; -7 %) est par contre toujours inscrit sur une tendance baissière constatée depuis le mois de janvier dernier.

D'une campagne à l'autre, la baisse du prix moyen pondéré des IGP de cépage rosé (53,45 €/hl ; -3 % / à fin octobre 2008) reste plus limitée que celle des IGP sans mention grâce au maintien du prix du cinsaut (52,66 €/hl ; +0 %).

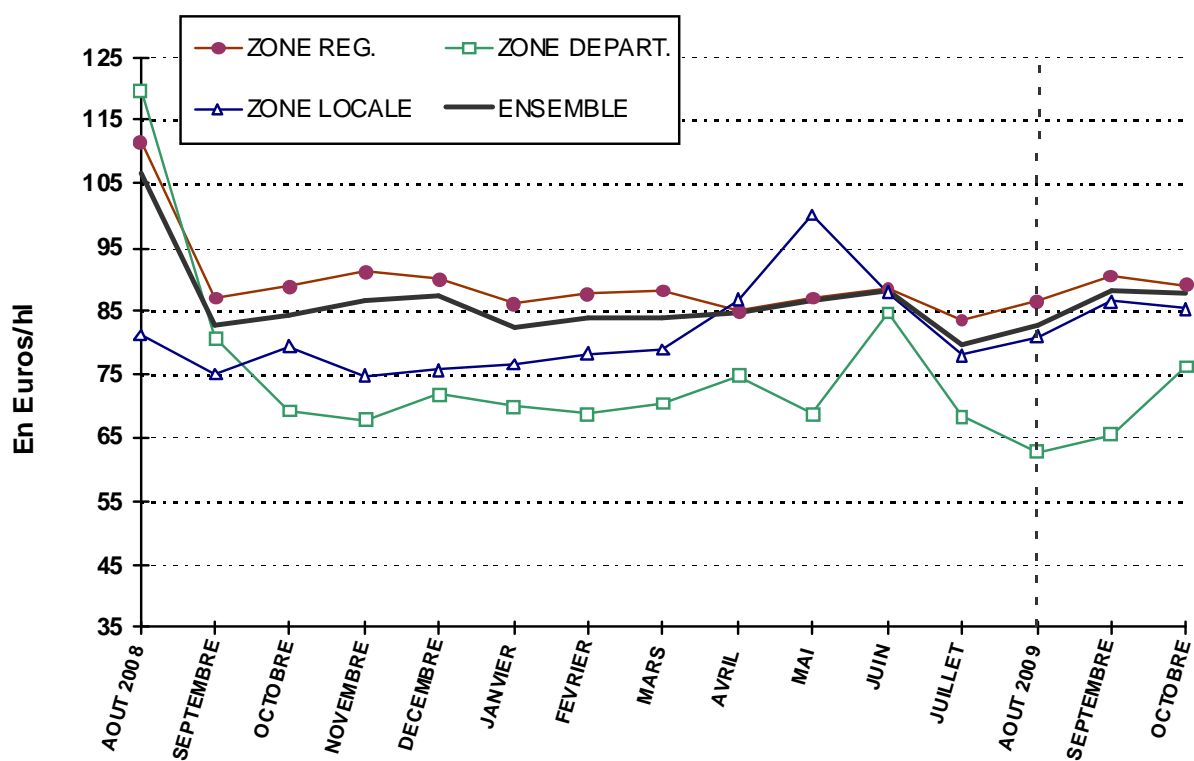
## Prix des vins à indication géographique protégée blancs



Après un creux observé sur la fin 2008-2009 et le début 2009-2010, le prix moyen des blancs (85,64 €/hl, -6% / à 13 semaines 2008-2009) s'est de nouveau stabilisé juste sous la barre des 90 €/hl, en légère baisse par rapport à son niveau quelque peu artificiel (enregistrement d'affaires très qualitatives) du début de la campagne précédente.



## Évolution du prix des vins de pays blancs

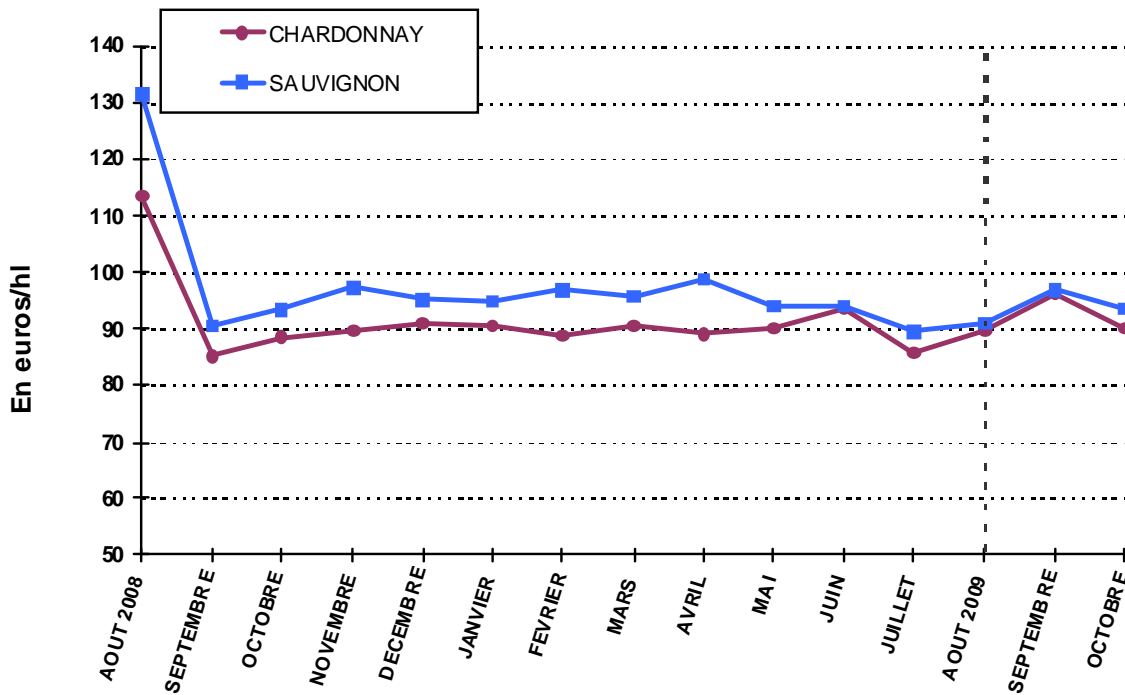


Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Ventes en vrac à 13 semaines de campagne 2009/2010

Cette situation s'explique largement par le relatif maintien sur octobre du prix des IGP « régionales » (ancienne catégorie réglementaire des vins de pays de région) et des IGP « de zone ». On peut toutefois aussi remarquer la remontée du prix des IGP « départementales » dont le prix moyen mensuel était tombé sous la barre des 65 €/hl à la fin de la campagne 2008-2009.

## Évolution du prix des vins IGP blancs avec indication de cépage



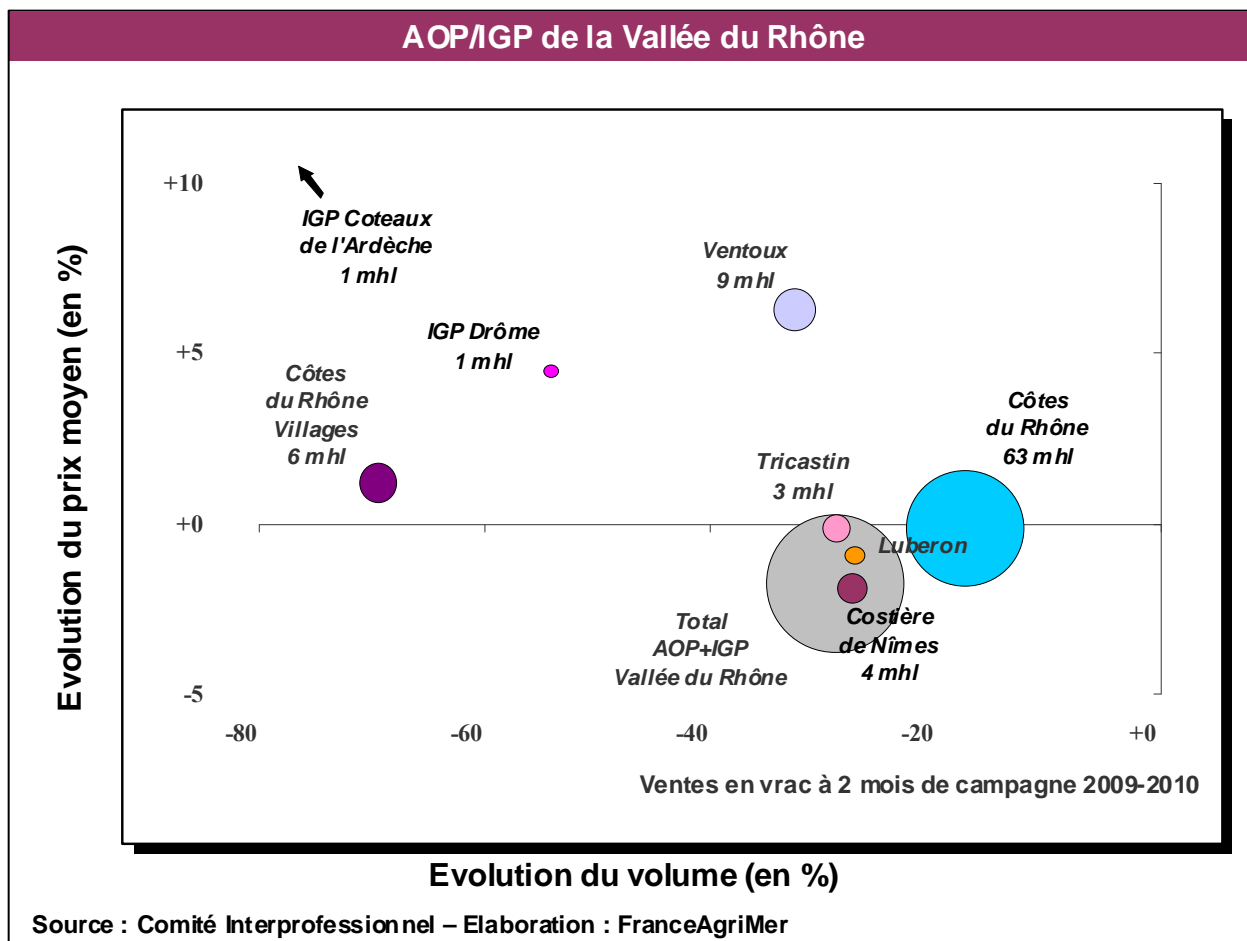
Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Ventes en vrac à 13 semaines de campagne 2009/2010

Suite à la progression des volumes commercialisés sur ce segment depuis le début de la campagne, les prix des IGP mentionnant un cépage blanc, principalement en chardonnay (92,05 €/hl de moyenne à 13 semaines 2009-2010 ; -8 % / à fin octobre 2008) et en sauvignon (93,60 €/hl ; -9 %), enregistrent pour leur part une très légère inflexion baissière, sans s'écarter de manière significative de leur plus hauts niveaux de 2008-2009.

# Marché des vins AOP/IGP rouges (à 2 mois 2009-2010)

## Appellations d'origine et indications géographiques de la Vallée du Rhône



A deux mois de campagne et dans l'attente du millésime 2009 qui pourrait redynamiser le marché des vins de la Vallée du Rhône, les ventes cumulées en vrac des vins à appellation ou à indication de cette région apparaissent de nouveau en recul plus ou moins important par rapport à leurs niveaux du début de la campagne précédente.

Les prix moyens (calculés sur le millésime 2008) sont, pour leur part, le plus souvent comparables (cf. en Côtes du Rhône), voire légèrement supérieurs (cf. Ventoux), à ceux de la campagne précédente à la même date.

(Remarque : suite à une erreur de saisie, il convient de noter que le prix moyen du Côtes du Rhône rouge de la campagne 2008-2009 s'élevait à 94,8 €/hl et non à 85,9 €/hl comme indiqué dans le numéro 164 de cette note)

les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
A.O.C. Côtes du Rhône	63,3 mhl	-17%
A.O.C. Côtes du Rhône Villages	6,4 mhl	-69%
A.O.C. Côtes du Ventoux	8,6 mhl	-33%
A.O.C. Costières de Nîmes	3,7 mhl	-28%
A.O.C. Coteaux du Tricastin	1,8 mhl	-27%
A.O.C. Côtes du Luberon	2,9 mhl	-29%

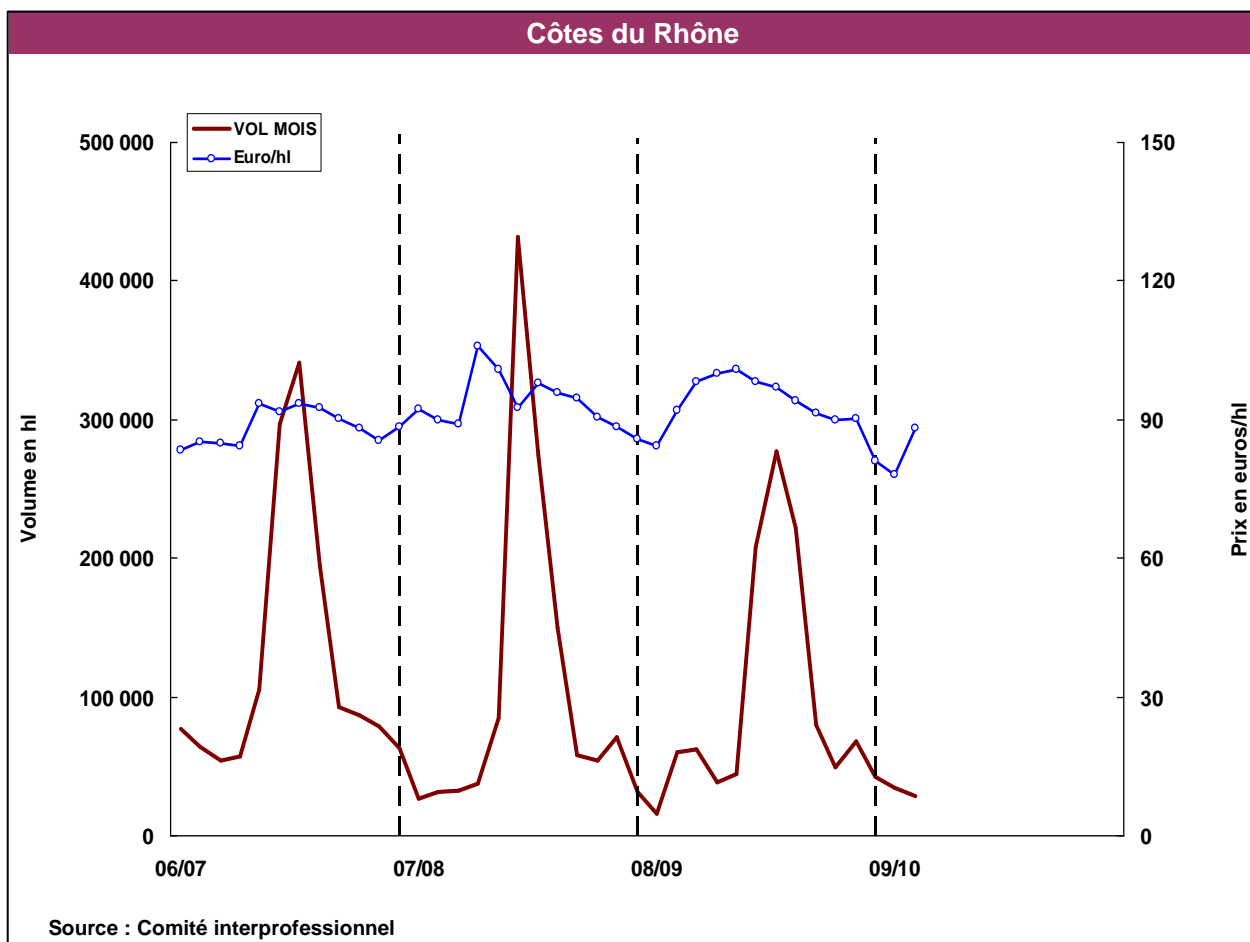
Source : Comité Interprofessionnel

les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois* en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne* en euros/hl à 2 mois	Variation /n-1
	septembre 2009			
A.O.C. Côtes du Rhône	88,1 €	-4%	94,0 €	-0%
A.O.C. C. du Rhône Villages (1)	180,8 €	+4%	171,9 €	+7%
A.O.C. C. du Rhône Villages (2)	98,4 €	-11%	117,0 €	+1%
A.O.C. Côtes du Ventoux (3)	68,3 €	+0%	74,7 €	+6%
A.O.C. Costières de Nîmes	67,2 €	-7%	72,9 €	+6%
A.O.C. Coteaux du Tricastin	72,2 €	-4%	65,6 €	-1%
A.O.C. Côtes du Luberon	83,7 €	+4%	80,0 €	-0%

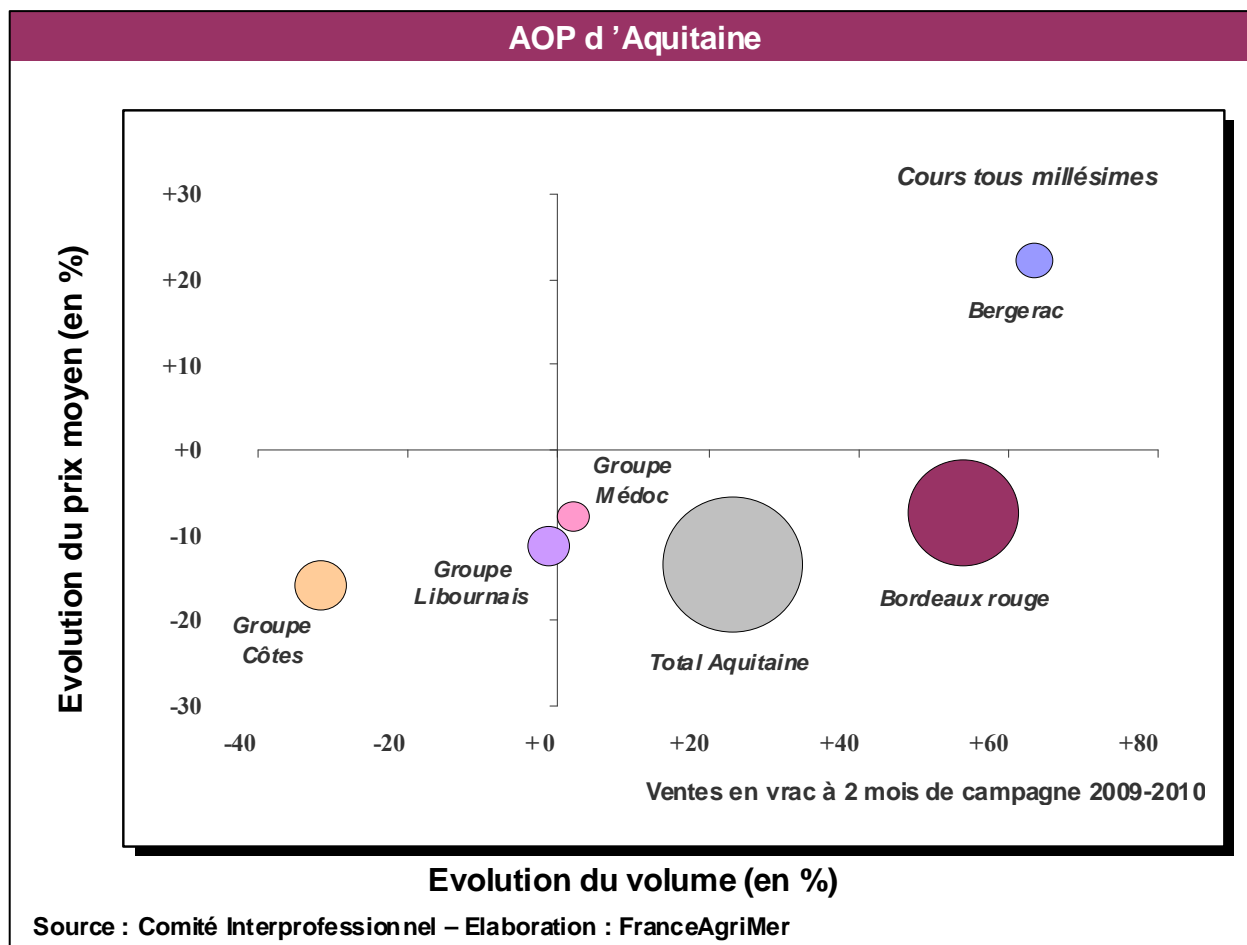
(\*) millésime 2008.

(1) avec nom de commune (2) sans nom de commune (3) hors dom. & châ.

Source : Comité Interprofessionnel



## Appellations d'origine d'Aquitaine



A fin septembre 2009, les ventes cumulées en vrac des AOP de la région Aquitaine sont en progression par rapport à celles du début de la campagne précédente sous l'impulsion d'une amélioration des transactions en Bordeaux et en Bergerac rouges.

Il convient toutefois de nuancer cette évolution favorable des échanges dans la mesure où elle est observée par rapport à des volumes qui avaient été particulièrement faibles en début de campagne 2008-2009 et par le fait que les ventes des autres groupes d'appellations sont pour leur part juste comparables, voire encore inférieures pour le groupe des « Côtes », à celles de 2008-2009.

A l'exception de ceux de l'appellation Bergerac qui progressent, les prix moyens sont par contre tous établis à des niveaux inférieurs à ceux de l'année dernière à la même date.

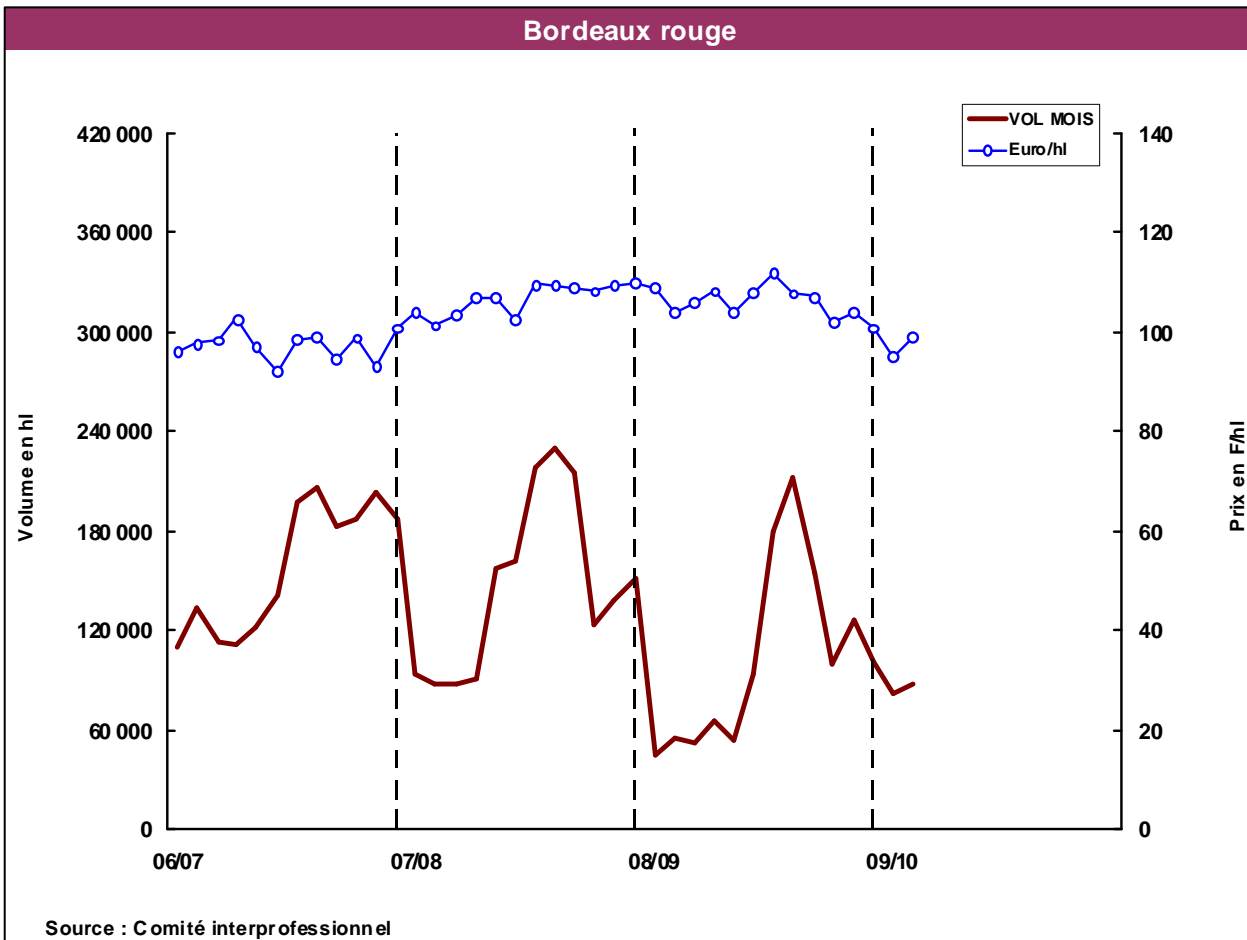
Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
Appellations de Gironde		
Groupe Bordeaux	199,3 mhl	+54%
Groupe Médoc Graves	29,4 mhl	-1%
Groupe Libournaise	18,1 mhl	+2%
Groupe Côtes	42,4 mhl	-32%
Appellations de Dordogne		
Bergerac rouge	23,5 mhl	+63%

Source : Comité Interprofessionnel

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl septembre 2009	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 2 mois	Variation /n-1
Appellations de Gironde				
Groupe Bordeaux (prix A.O.C. Bordeaux*)	99 €	-4%	97 €	-8%
Groupe Médoc Graves (prix A.O.C. Médoc**)	210 €	-8%	200 €	-12%
Groupe Libournaise (prix A.O.C. St-Emilion**)	342 €	-4%	329 €	-8%
Groupe Côtes (prix toutes A.O.C. Côtes*)	110 €	-9%	105 €	-11%
Appellations de Dordogne				
Bergerac rouge**	87 €	+23%	86 €	+22%

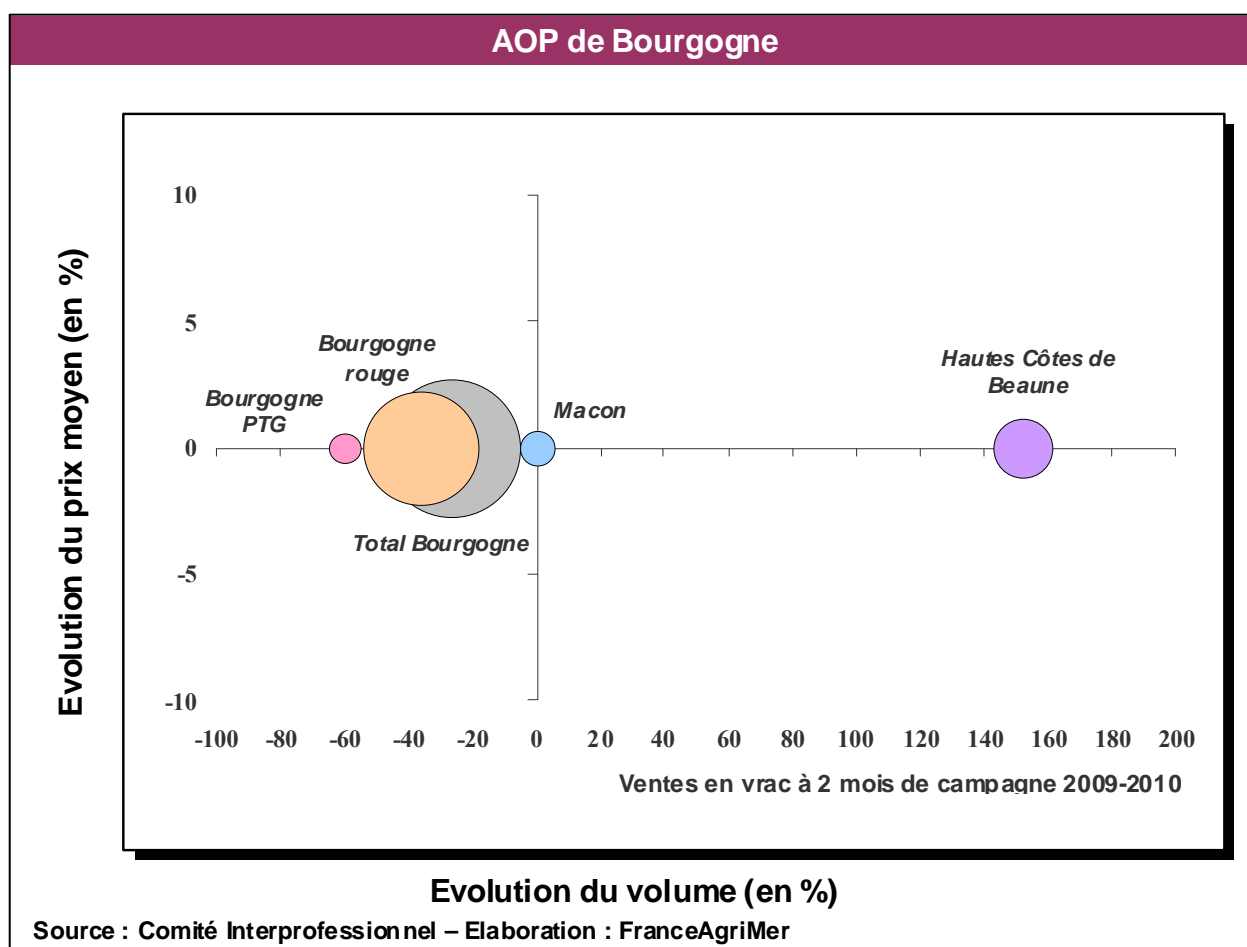
\* prix dernier millésime \*\* prix tous millésimes

Source : Comité Interprofessionnel





## Appellations d'origine de Bourgogne



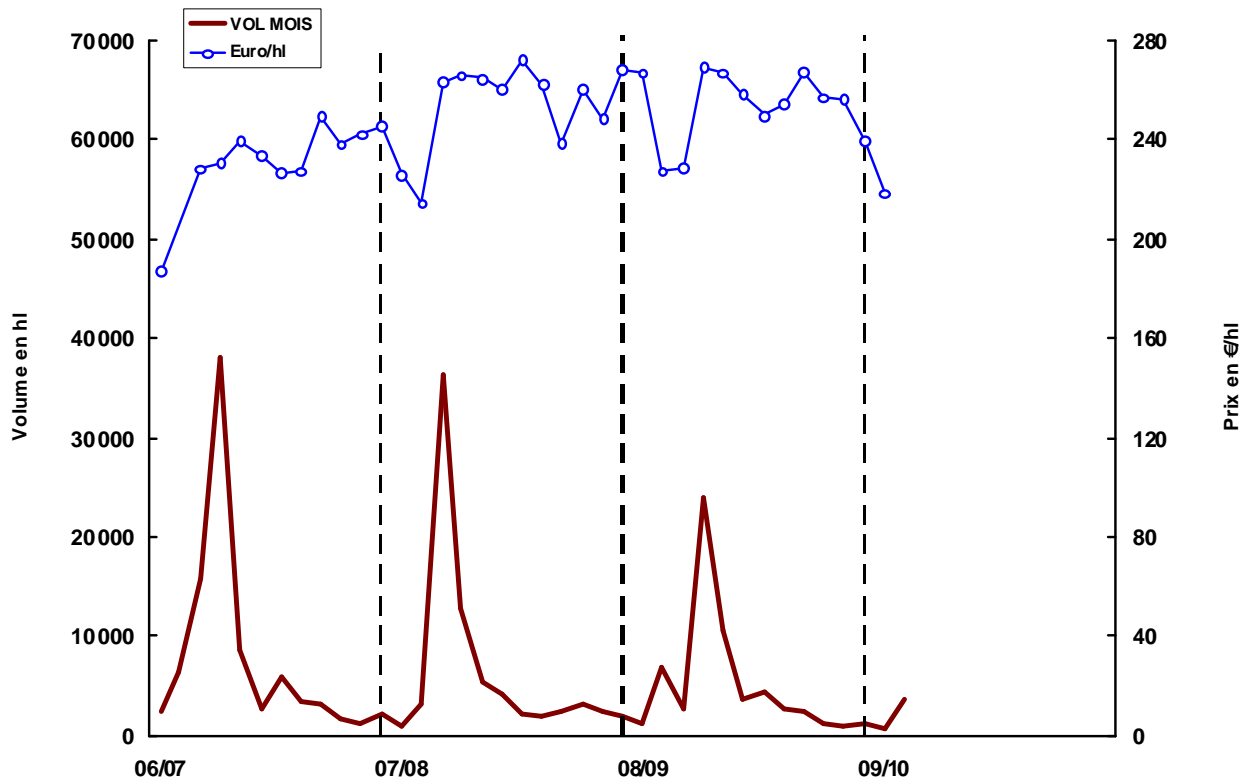
A fin septembre 2009, l'activité sur les AOP rouges de cette région apparaît encore très calme avec un retrait par rapport à 2008-2009 (et par rapport à la moyenne 5 ans) des volumes cumulés commercialisés en vrac des appellations régionales de Bourgogne et du mâconnais.

Remarque : Compte tenu de la faiblesse du nombre d'acheteurs et donc de la règle de secret statistique appliquée dans ce cas là par le BIVB, il n'est pas par contre pas possible pour le moment de connaître, de visualiser graphiquement et de commenter l'évolution des prix des différentes appellations rouges de la région.

Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
A.O.C. Bourgogne	6,2 mhl	-36%
A.O.C. Bourgogne Passe Tout Grain	0,5 mhl	-60%
A.O.C Bourgogne Htes Cte Beaune	1,6 mhl	+152%
<b>Régionales Bourgogne</b>	<b>11,2 mhl</b>	<b>-14%</b>
AOC Macon	0,6 mhl	+0%
<b>Régionales Macon</b>	<b>0,8 mhl</b>	<b>-23%</b>
Toutes appellations régionales	<b>12,0 mhl</b>	<b>-15%</b>
Toutes appellations rouges	<b>31,0 mhl</b>	<b>-20%</b>

Source : Comité Interprofessionnel - Elaboration : FranceAgriMer

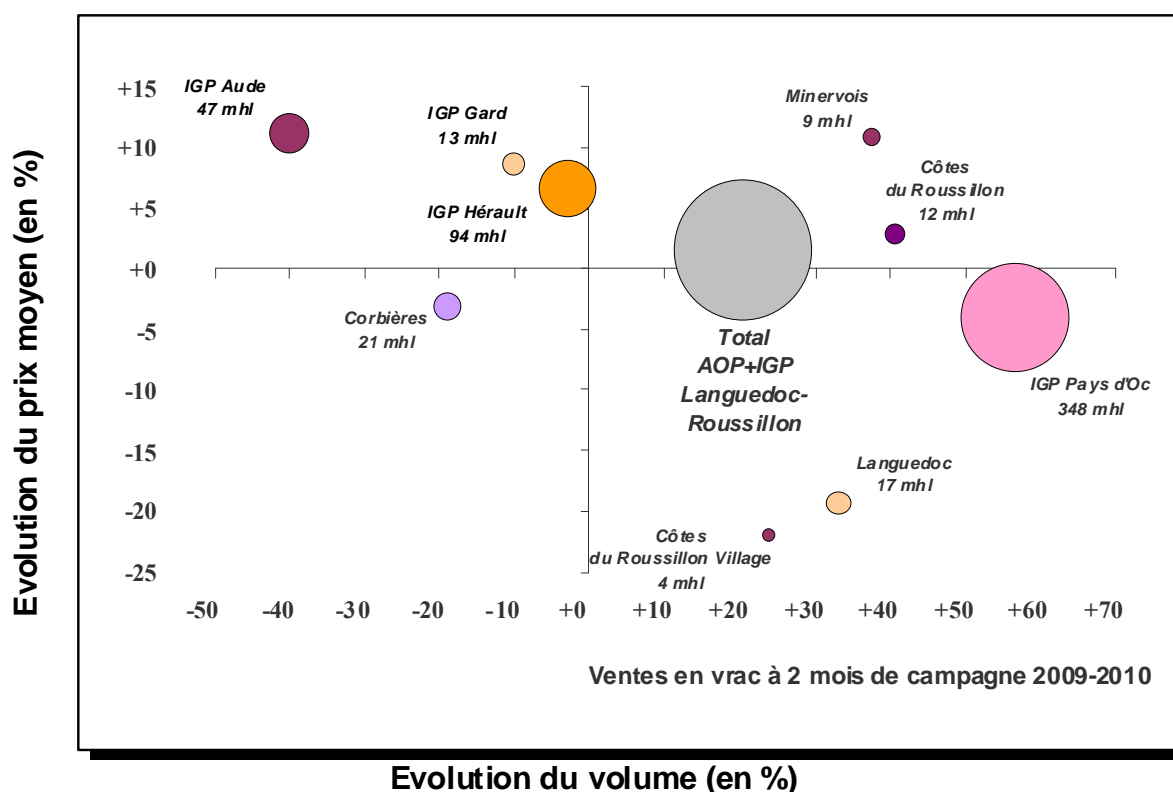
# Bourgogne Rouge



Source : Comité interprofessionnel

## Appellations d'origine et indications géographiques du Languedoc-Roussillon

### AOP/IGP du Languedoc-Roussillon



Source : Comité Interprofessionnel – Elaboration : FranceAgriMer

Grâce à la progression des ventes cumulées de la plupart des AOP, à l'exception du Corbières, et désormais à l'intégration des ventes des vins à indication géographique du Pays d'Oc, la situation du marché des vins d'appellation du Languedoc-Roussillon, à fin septembre 2009, apparaît plus active que celle du début 2008-2009. Pour les AOP comme pour les IGP, les prix moyens des deux premiers mois de la campagne sont assez diversement orientés ; plutôt en hausse pour les IGP de l'Aude, du Gard, de l'Hérault et les Côteaux du Roussillon ; en baisse pour les Corbières, les Côteaux du Languedoc et l'IGP Pays d'Oc.

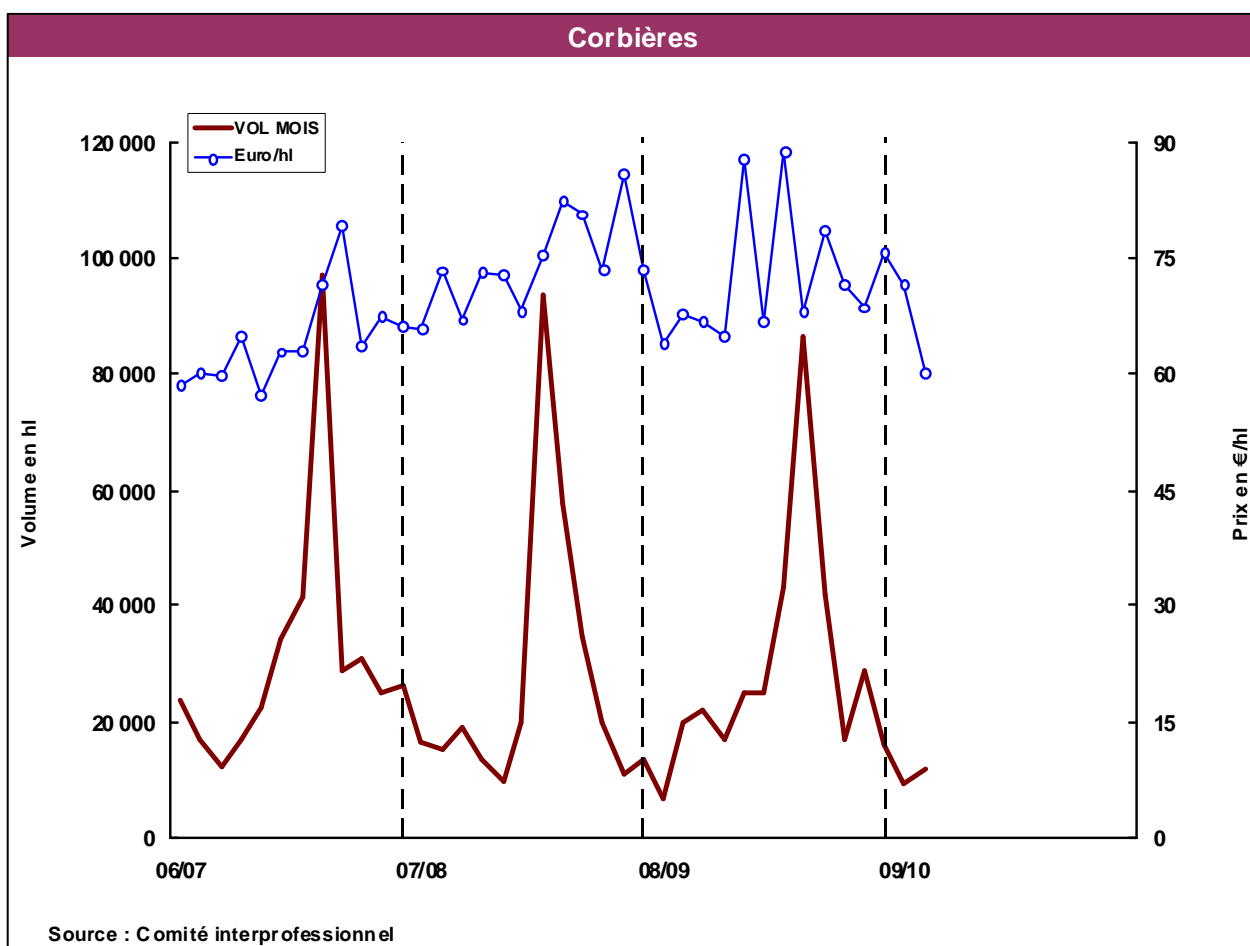
Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
A.O.C. Côteaux du Languedoc (hors Faugères et St-Chinian)	17,1 mhl	+33%
A.O.C. Faugères et St-Chinian	4,6 mhl	+7%
A.O.C. Corbières	21,2 mhl	-19%
A.O.C. Minervois	9,0 mhl	+37%
A.O.C. Fitou	-	-
A.O.C. Côteaux du Roussillon	12,3 mhl	+41%
A.O.C. Côteaux du Roussillon Villages	3,8 mhl	+24%
I.G.P. Pays d'Oc	348,0 mhl	+57%
I.G.P. Aude	47,1 mhl	-40%
I.G.P. Gard	13,0 mhl	-10%
I.G.P. Hérault	94,4 mhl	-3%

Source : Comité Interprofessionnel et FranceAgriMer

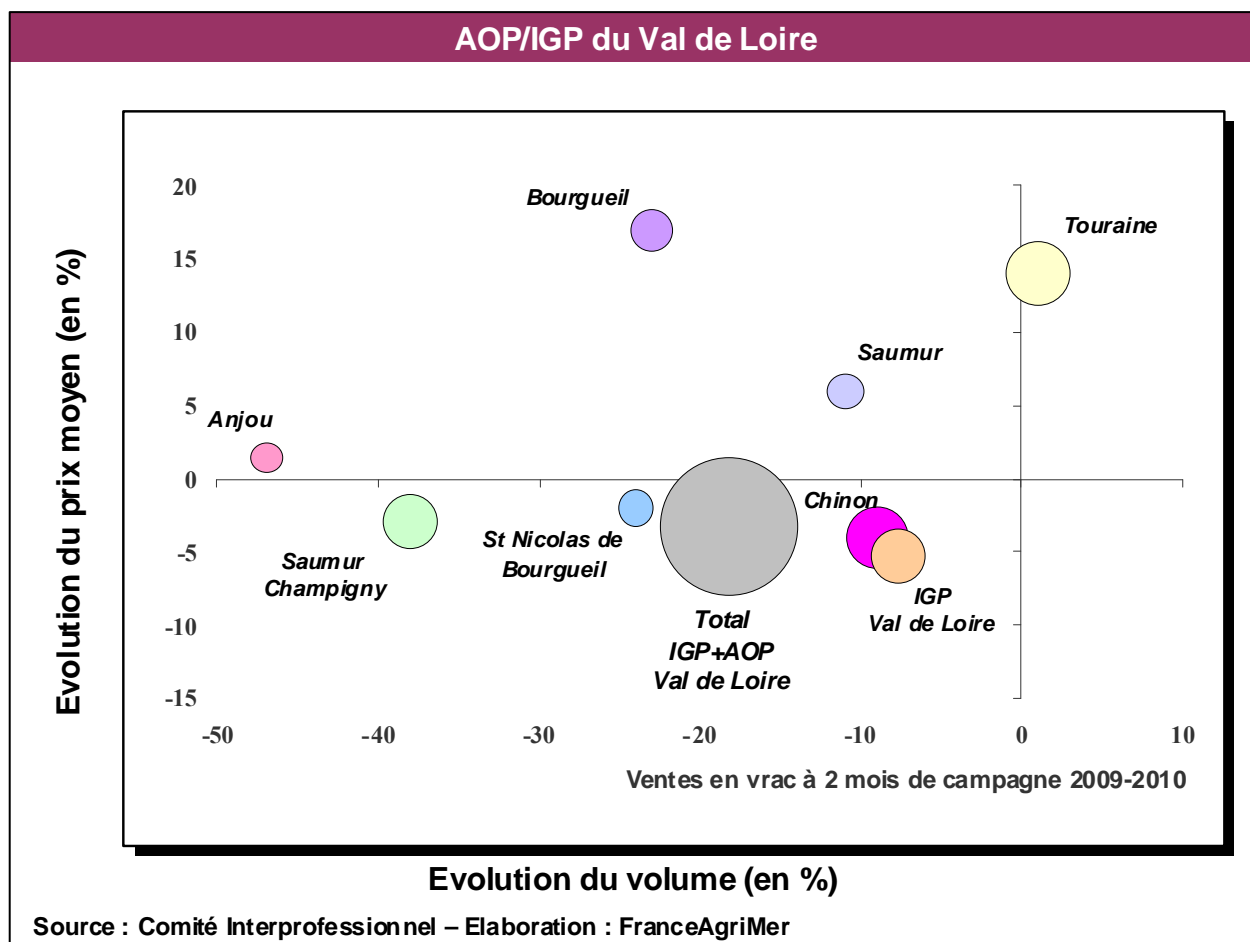
Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 2 mois	Variation /n-1
	septembre 2009			
A.O.C. Cx du Languedoc*	99,6 €	-23%	100,0 €	-19%
A.O.C. Faugères et St-Chinian	94,0 €	+23%	91,0 €	+3%
A.O.C. Corbières	60,1 €	-11%	65,0 €	-3%
A.O.C. Minervois	72,4 €	+25%	71,0 €	+11%
A.O.C. Fitou	-	-	-	-
A.O.C. Côtes du Roussillon	59,4 €	-5%	63,1 €	+3%
A.O.C. C. du Rous. Villages	93,0 €	-25%	92,2 €	-22%
I.G.P. Pays d'Oc	52,1 €	-2%	51,6 €	-4%
I.G.P. Aude	42,7 €	+16%	41,3 €	+11%
I.G.P. Gard	48,9 €	+18%	46,4 €	+9%
I.G.P. Hérault	41,9 €	+10%	42,1 €	+7%

\*hors Faugères et St-Chinian

Source : Comité Interprofessionnel et FranceAgriMer



## Appellations d'origine et indications géographiques du Val de Loire



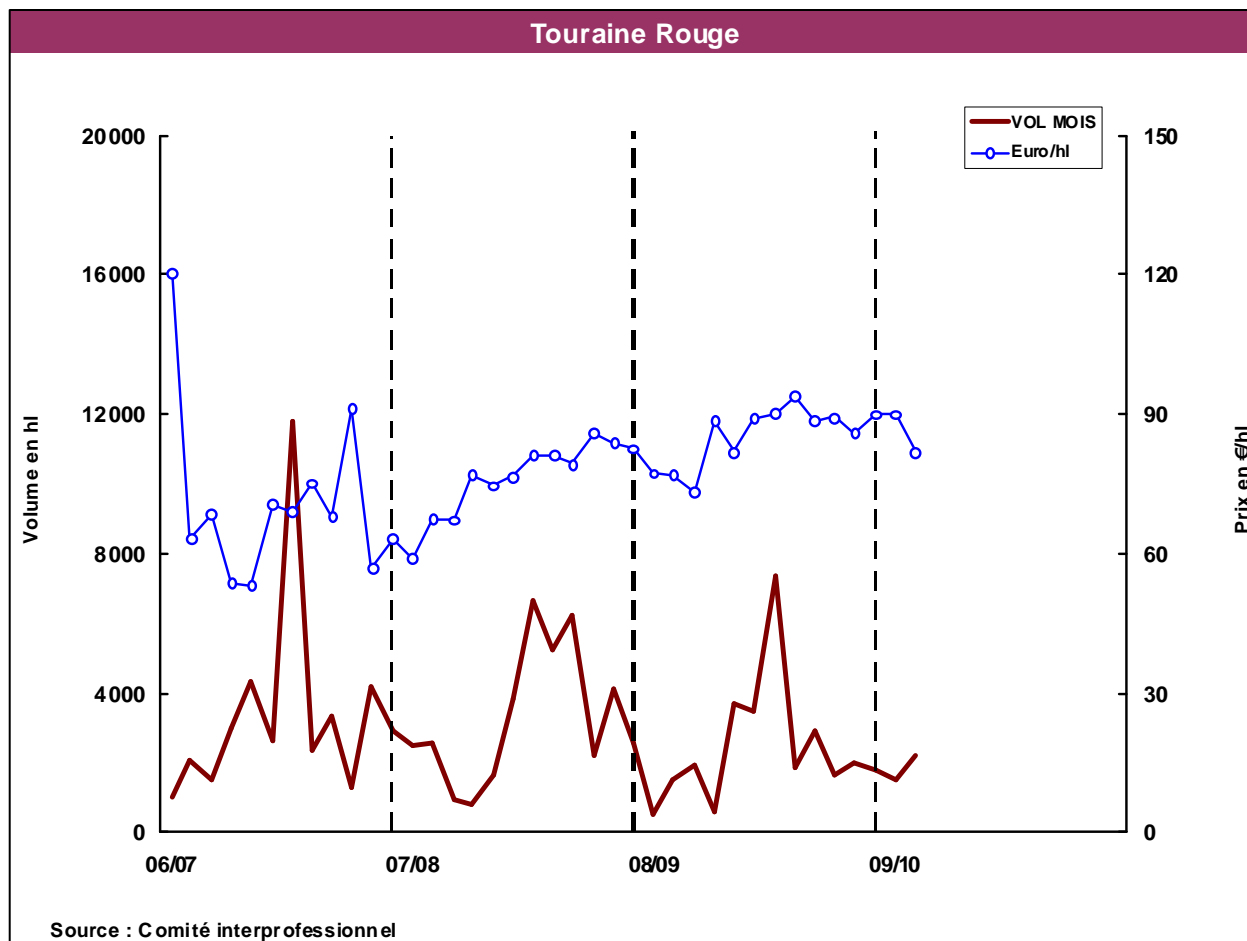
A fin septembre 2009, la plupart des vins d'appellation d'origine ou à indication géographique rouges du Val de Loire enregistrent une baisse cumulée de leurs transactions vrac par rapport à la campagne précédente. Les prix moyens de ces vins au stade de la production sont aussi inférieurs à ceux de la campagne précédente, sauf pour l'AOP Touraine, ainsi que pour l'AOP Bourgueil qui était en baisse en 2008-2009.

Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
A.O.C. Anjou	0,8 mhl	-47%
A.O.C. Saumur	1,0 mhl	-11%
A.O.C. Saumur Champigny	2,4 mhl	-38%
A.O.C. Touraine	3,6 mhl	1%
I.G.P. Val de Loire	1,5 mhl	-12%

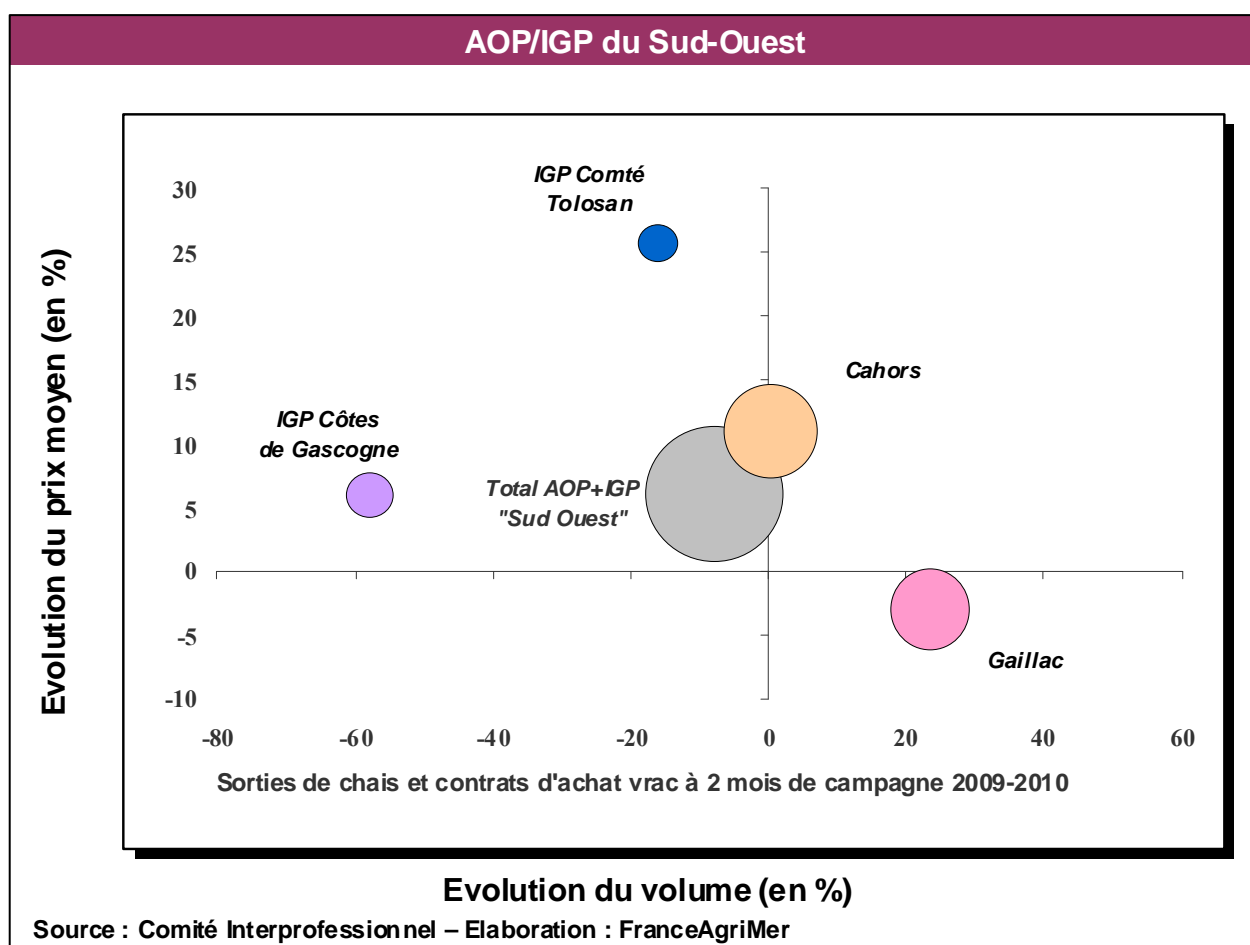
Source : Comité Interprofessionnel et FranceAgriMer

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 2 mois	Variation /n-1
	septembre 2009			
A.O.C. Anjou	136 €	+1%	137 €	+1%
A.O.C. Saumur	157 €	+6%	158 €	+6%
A.O.C. Saumur Champigny	207 €	-1%	206 €	-3%
A.O.C. Touraine	82 €	+7%	88 €	+14%
I.G.P. Val de Loire	64 €	-3%	60 €	-5%

Source : Comité Interprofessionnel et FranceAgriMer



## Appellations d'origine et indications géographiques du Sud-Ouest



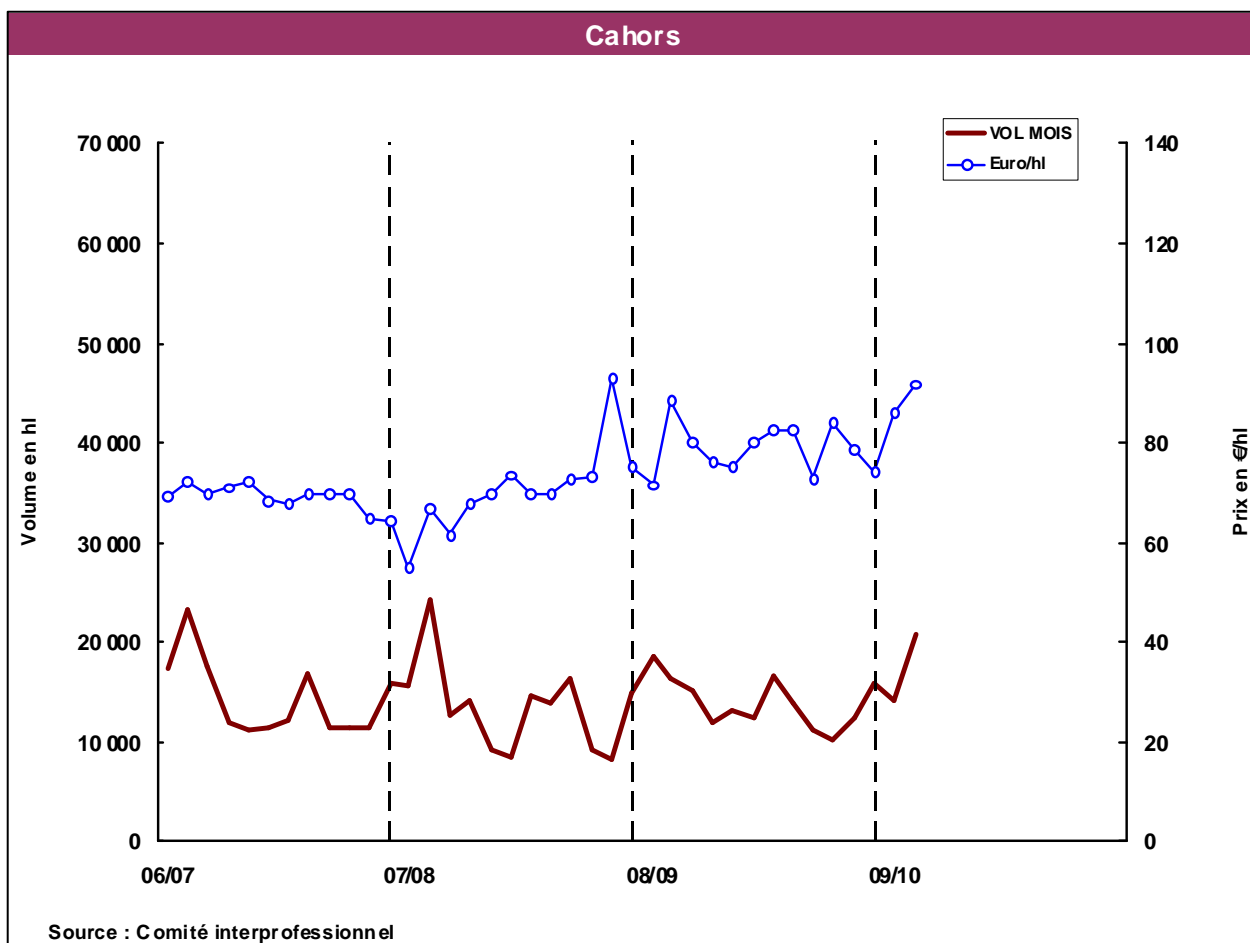
A fin septembre 2009, les ventes cumulées en vrac des principales appellations de la région (Cahors et Gaillac) sont comparables ou supérieures à celles de la campagne précédente à la même date. La prise en compte des vins à indication géographique conduit toutefois à constater un léger recul global des ventes de vins AOP/IGP de la région. De manière générale, les prix moyens de ces vins sont en hausse par rapport à 2008-2009, sauf pour l'AOP Gaillac, en légère baisse.

<b>Les volumes</b>			
	Sorties de chais en milliers d'hl	Volumes sortis des chais des récoltants	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009			
A.O.C. Cahors		34,9 mhl	+0%
A.O.C. Gaillac		26,0 mhl	+23%
I.G.P. Comté Tolosan		5 mhl	-16%
I.G.P. Côtes de Gascogne		8 mhl	-58%

*Source : Comité Interprofessionnel*

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl septembre 2009	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 2 mois	Variation /n-1
A.O.C. Cahors	91,6 €	+4%	89,3 €	+11%
A.O.C. Gaillac	67,9 €	+1%	68,0 €	-3%
I.G.P. Comté Tolosan	49,4 €	-7%	48,9 €	+26%
I.G.P. Côtes de Gascogne	81,3 €	+10%	80,9 €	+6%

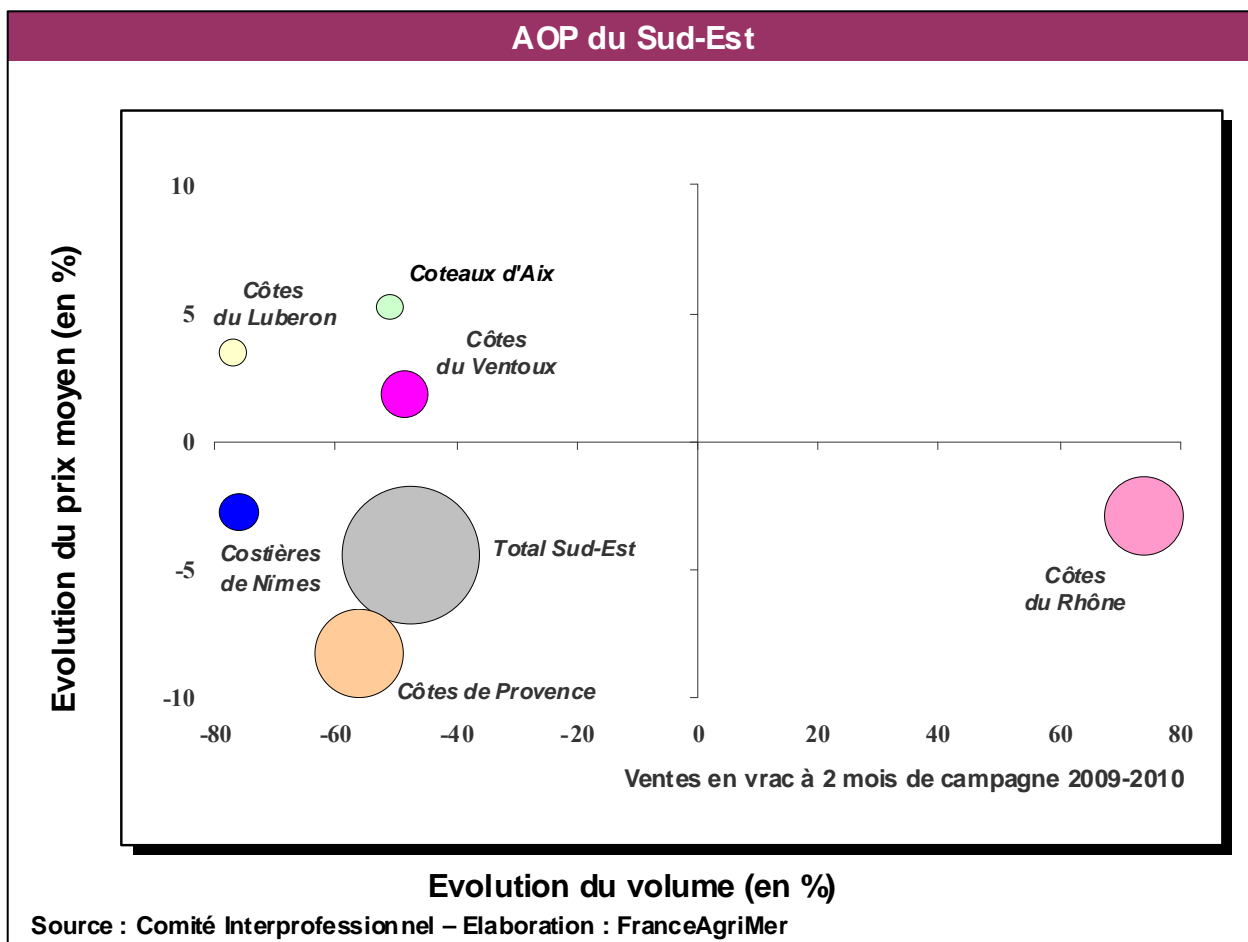
Source : Comité Interprofessionnel





# Marché des vins AOP/IGP rosés (à 2 mois 2009-2010)

## Appellations d'origine du Sud Est



A fin septembre 2009 et au vu du net recul des volumes de transactions enregistrés sur les principales appellations rosées du Sud-Est, l'activité du marché de ces vins apparaît encore très calme pour l'instant avec des niveaux de prix moyens en légère baisse par rapport aux tarifs élevés du début 2008-2009.

Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
A.O.C. Côtes de Provence (1)	6,1 mhl	-56%
A.O.C. Coteaux d'Aix en Provence (1)	0,5 mhl	-51%
A.O.C. Coteaux Varois en Provence (1)	-	-
A.O.C. Côtes du Ventoux	1,7 mhl	-49%
A.O.C. Côtes du Rhône	4,7 mhl	+74%
A.O.C. Costières de Nîmes	1,1 mhl	-76%
A.O.C. Côtes du Luberon	0,5 mhl	-77%

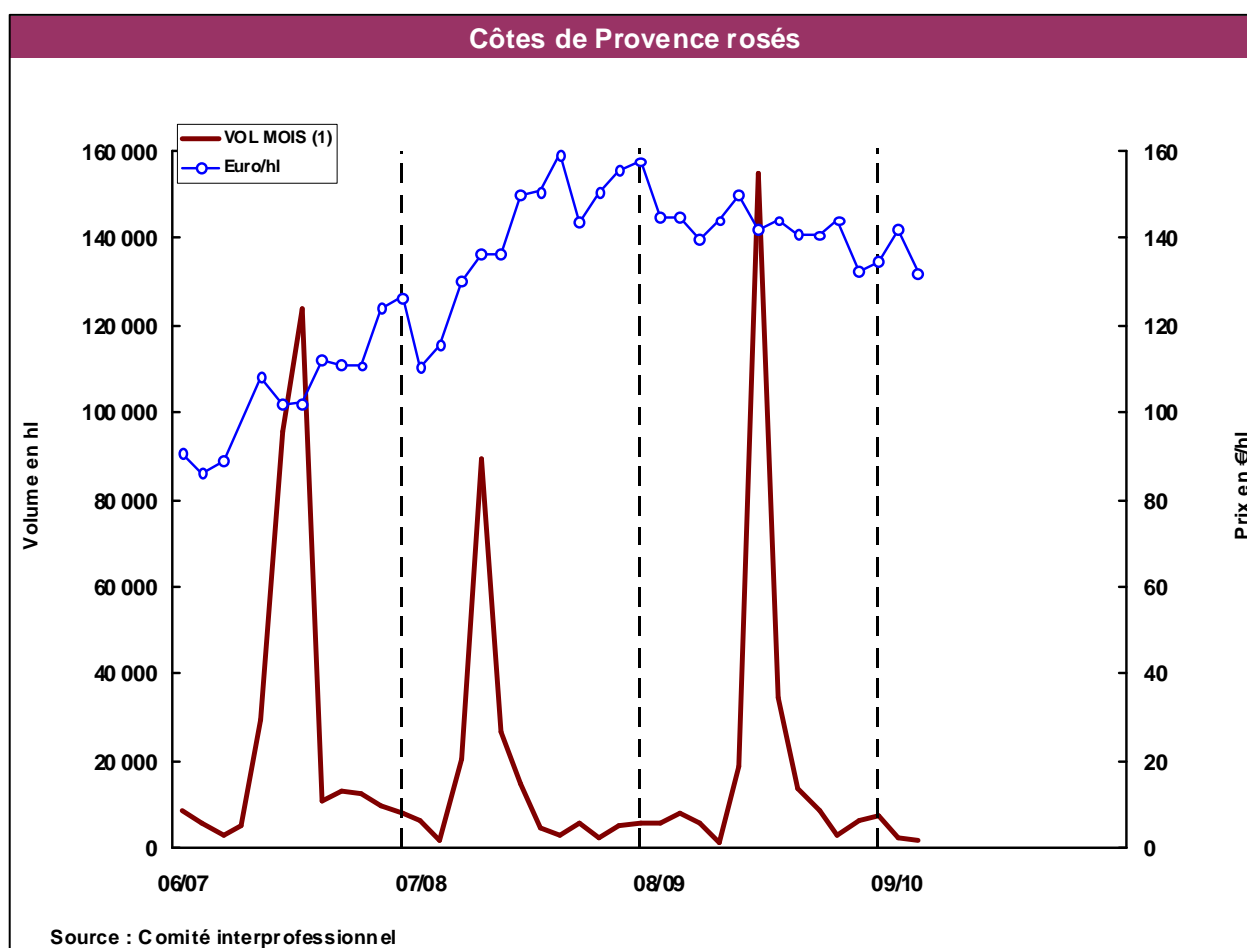
*Source : Comité Interprofessionnel*

(1) Compte tenu de la variabilité d'une campagne sur l'autre du taux de retour des certificats de vente présentés au CIVP dans le cadre des accords inter-professionnels, il convient d'observer ici une certaine prudence quant à l'interprétation des évolutions inter-campagnes présentées ci-dessus.

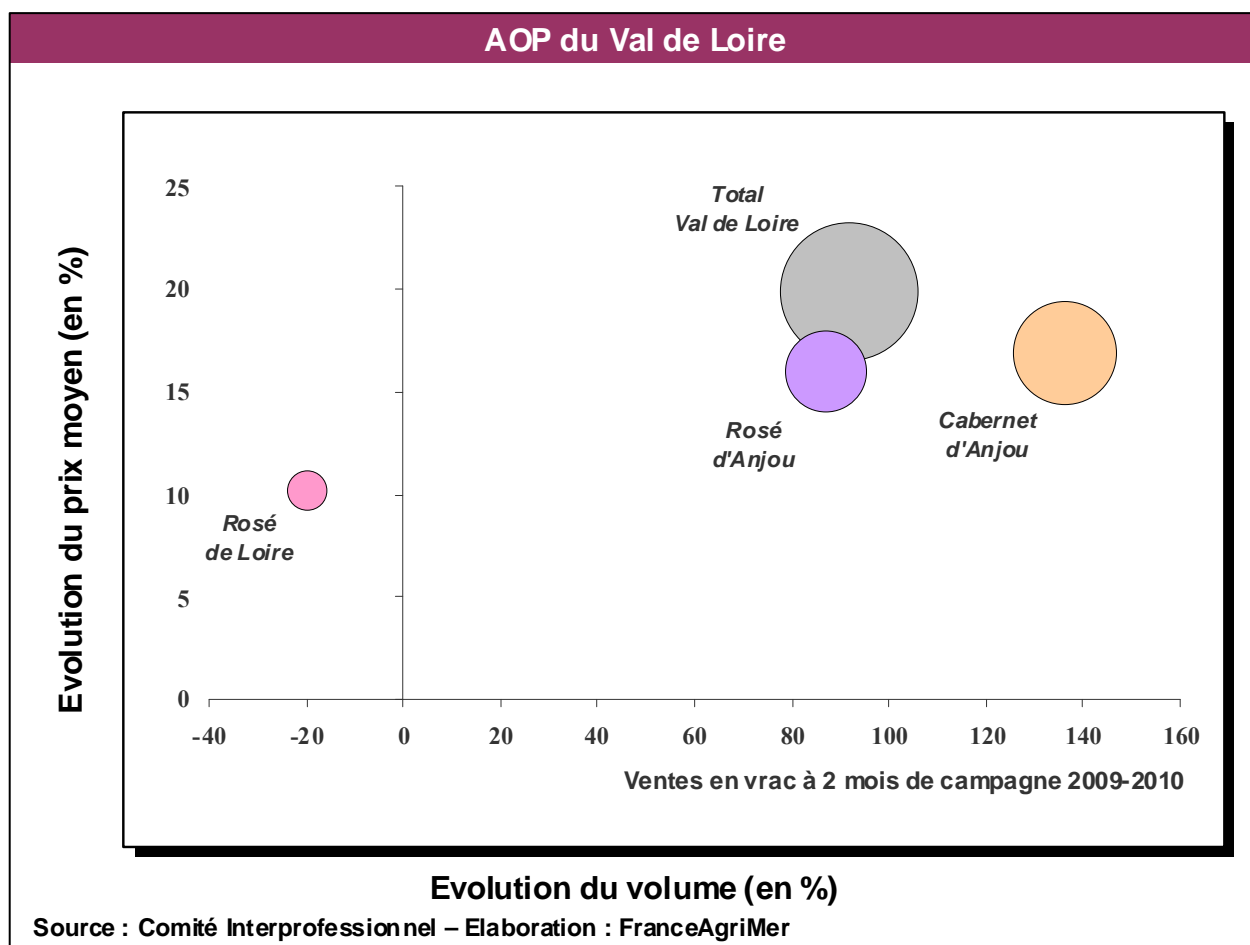
Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	septembre 2009		2 mois	
A.O.C. Côtes de Provence	132,2 €	-9%	133,0 €	-8%
A.O.C. Coteaux d'Aix	111,4 €	+4%	111,0 €	+5%
A.O.C. Coteaux Varois	-	n.s.	-	n.s.
A.O.C. Côtes du Ventoux*	75,2 €	+14%	74,9 €	+2%
A.O.C. Côtes du Rhône*	75,4 €	-7%	101,0 €	-3%
A.O.C. Costières de Nîmes*	71,6 €	+3%	70,8 €	-3%
A.O.C. Côtes du Luberon*	76,3 €	-0%	83,1 €	+3%

(\*) Prix du millésime 2008.

Source : Comité Interprofessionnel



## Appellations d'origine et indications géographiques du Val de Loire

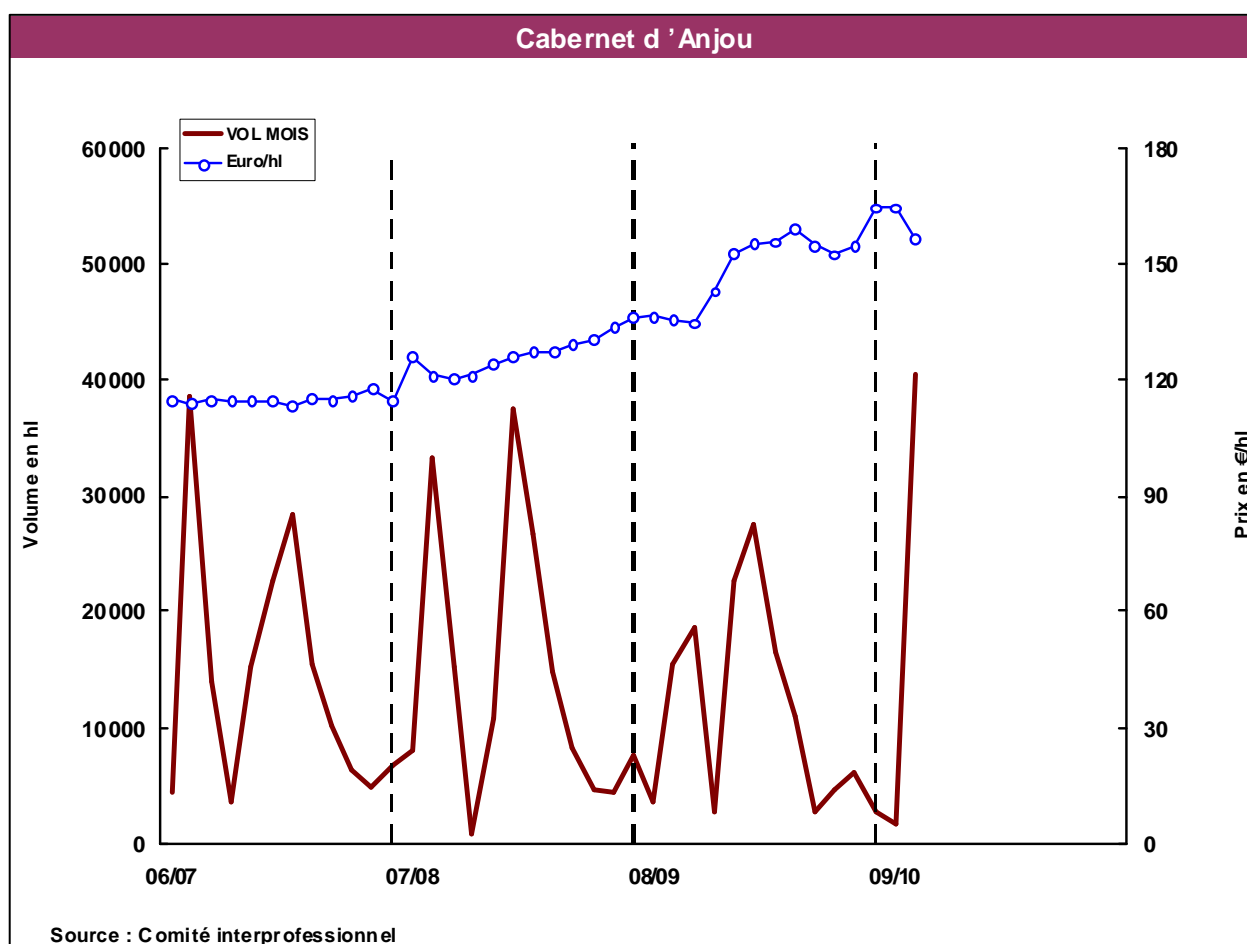


Après la faible activité générale en vrac observée sur la campagne précédente sur ces vins, les ventes des AOP rosées du Val de Loire à fin septembre 2009 progressent tant en volume qu'en prix grâce à une bonne orientation des ventes de Cabernet et de Rosé d'Anjou. Seul le Rosé d'Anjou connaît une baisse de ses échanges en volume après toutefois une hausse sur la campagne précédente.

Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
A.O.C. Cabernet d'Anjou	42,1 mhl	136%
A.O.C. Rosé d'Anjou	25,0 mhl	87%
A.O.C. Rosé de Loire	5,2 mhl	-20%

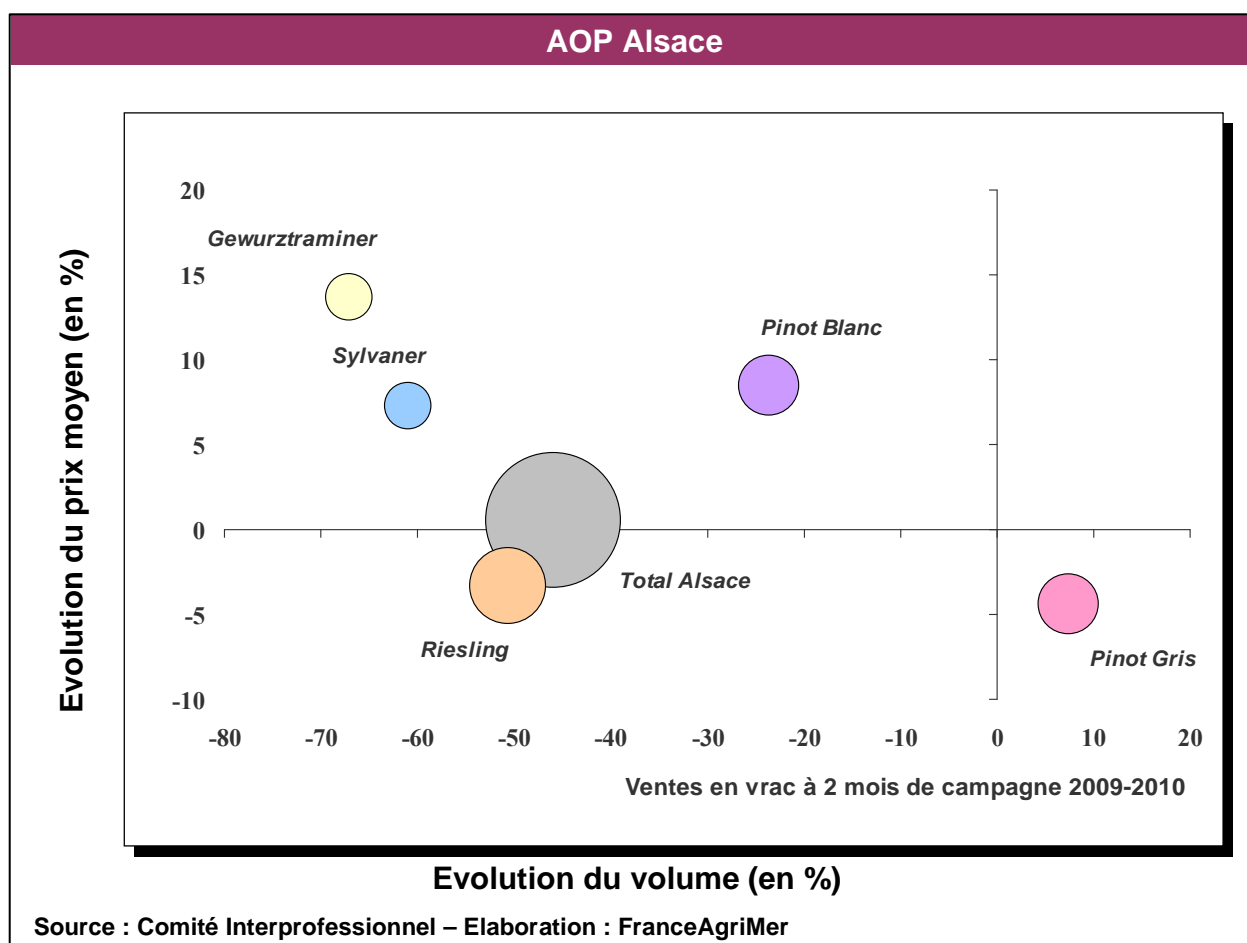
Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	septembre 2009		2 mois	
A.O.C. Cabernet d'Anjou	156,2 €	+16%	159,0 €	+17%
A.O.C. Rosé d'Anjou	137,1 €	+12%	138,1 €	+16%
A.O.C. Rosé de Loire	133,6 €	+38%	108,0 €	+10%

Source : Comité Interprofessionnel



# Marché des vins AOP/IGP blancs (à 2 mois 2009-2010)

## Appellation d'origine Alsace



Compte tenu du faible nombre de contrats enregistrés sur le mois de septembre, l'évolution des ventes de vrac de l'appellation Alsace (environ 15 à 20 % du marché à la production de cette appellation) de cette période de la campagne est encore peu significative en volume comme en prix.

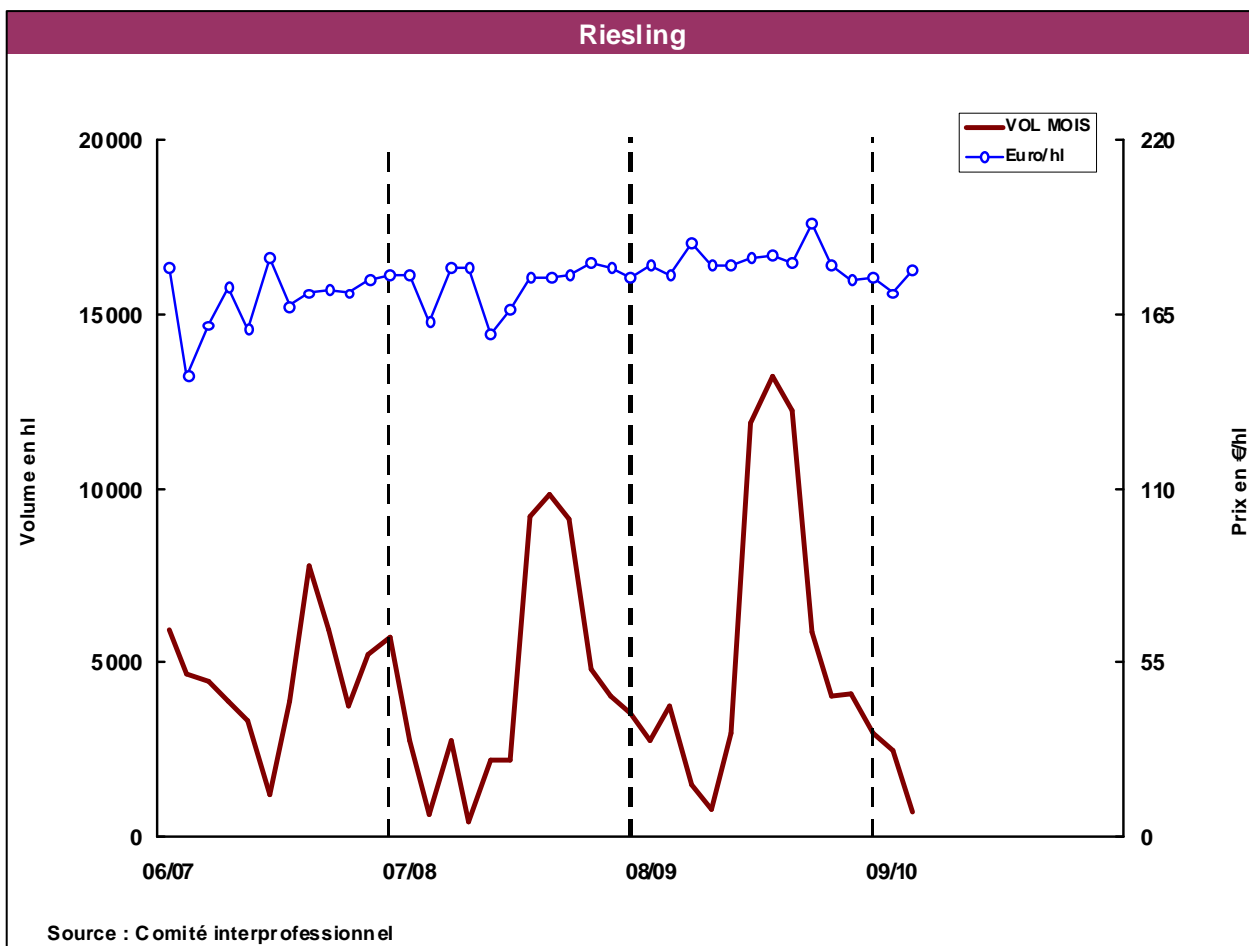
Après une bonne progression en 2008-2009, les ventes cumulées en vrac à deux mois de campagne 2009-2010 apparaissent tout de même en net recul par rapport à leur niveau de la campagne précédente pour des prix moyens orientés à la hausse ou plus ou moins comparables à ceux de l'année dernière à la même date selon les cépages.

Les volumes		
en milliers d'hl	Activité vrac	Variation /n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
Sylvaner	1,3 mhl	-61%
Riesling	3,2 mhl	-51%
Pinot Blanc	2,0 mhl	-24%
Gewurztraminer	1,2 mhl	-67%
Pinot gris	2,0 mhl	+7%

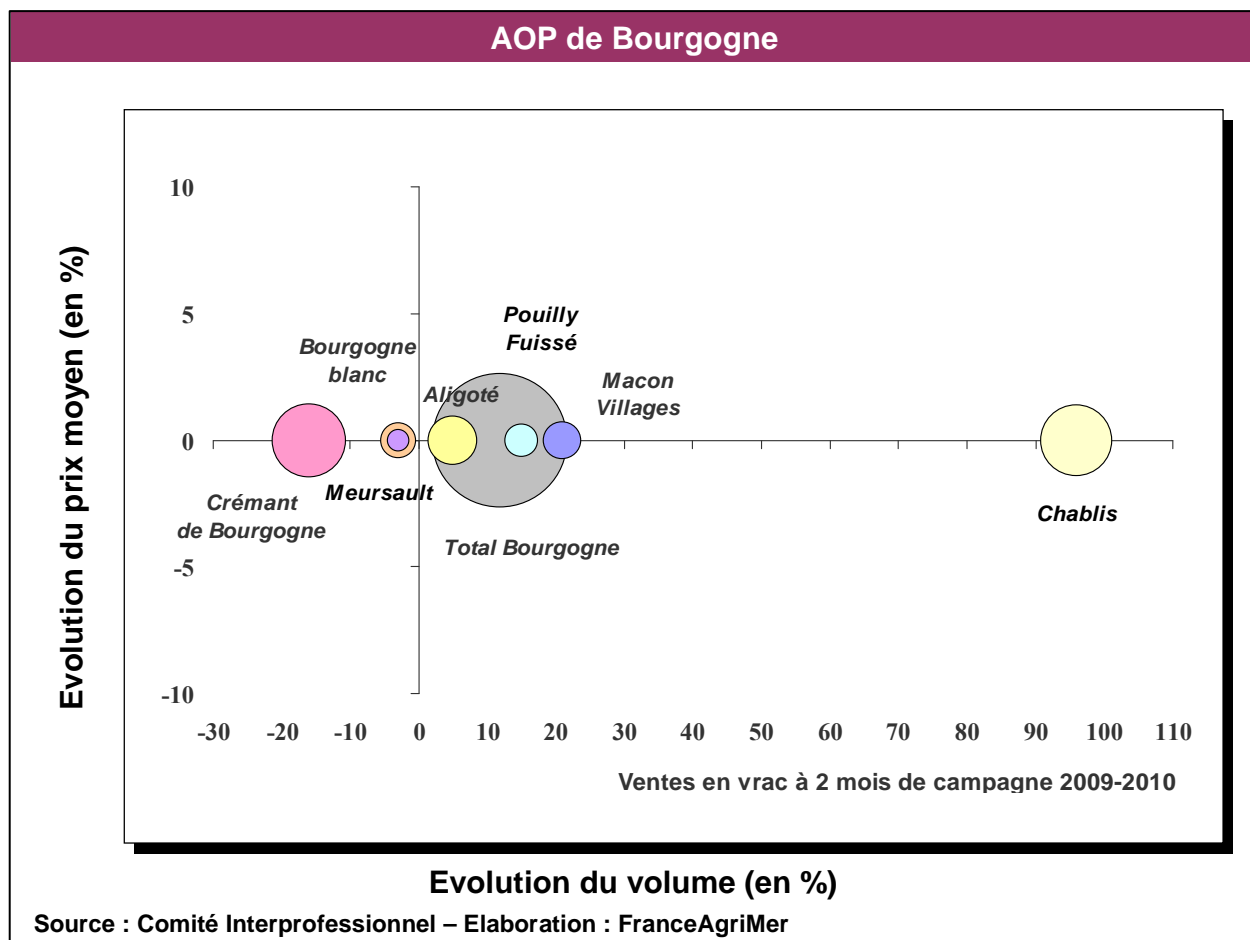
Source : Comité Interprofessionnel

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 2 mois	Variation /n-1
Sylvaner	-	n.s.	147 €	+7%
Riesling	179 €	+1%	174 €	-3%
Pinot Blanc	152 €	-1%	167 €	+8%
Gewurztraminer	307 €	+21%	300 €	+14%
Pinot gris	190 €	-5%	195 €	-4%

Source : Comité Interprofessionnel



## Appellations d'origine de Bourgogne



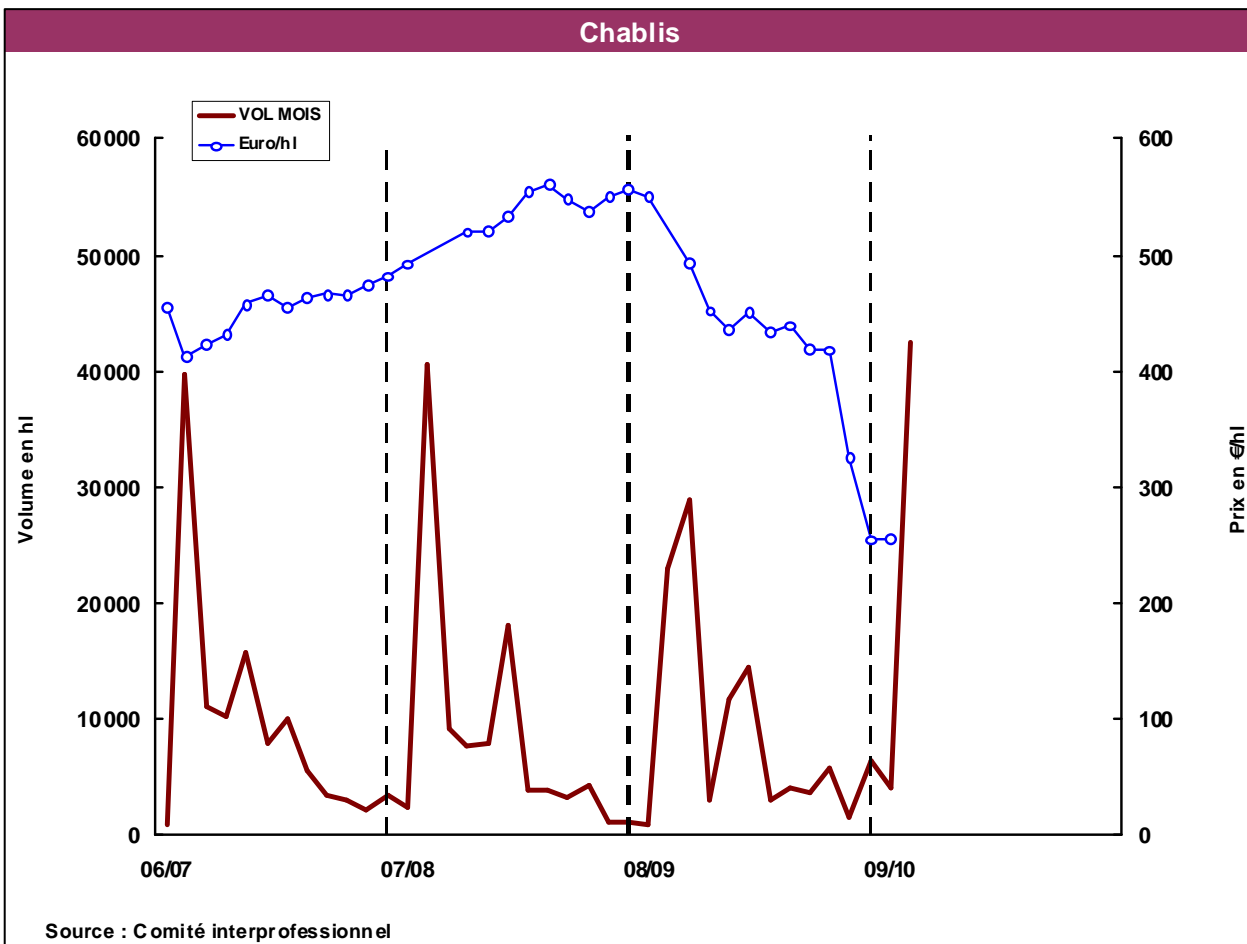
A fin septembre 2009, les ventes cumulées en vrac des principales appellations blanches de la région Bourgogne apparaissent globalement en hausse sous l'impulsion du redémarrage important des ventes de Chablis dont l'activité avait été réduite l'année dernière.

Après les fortes progressions enregistrées sur les campagnes précédentes, les ventes de crémant de Bourgogne marquent par contre un peu le pas avec un recul de 17 % par rapport à 2008-2009.

Remarque : Compte tenu de la faiblesse du nombre d'acheteurs et donc de la règle de secret statistique appliquée par le BIVB dans ce cas là, il n'est pas possible pour l'instant de visualiser graphiquement et de commenter l'évolution des prix des différentes appellations blanches de cette région.

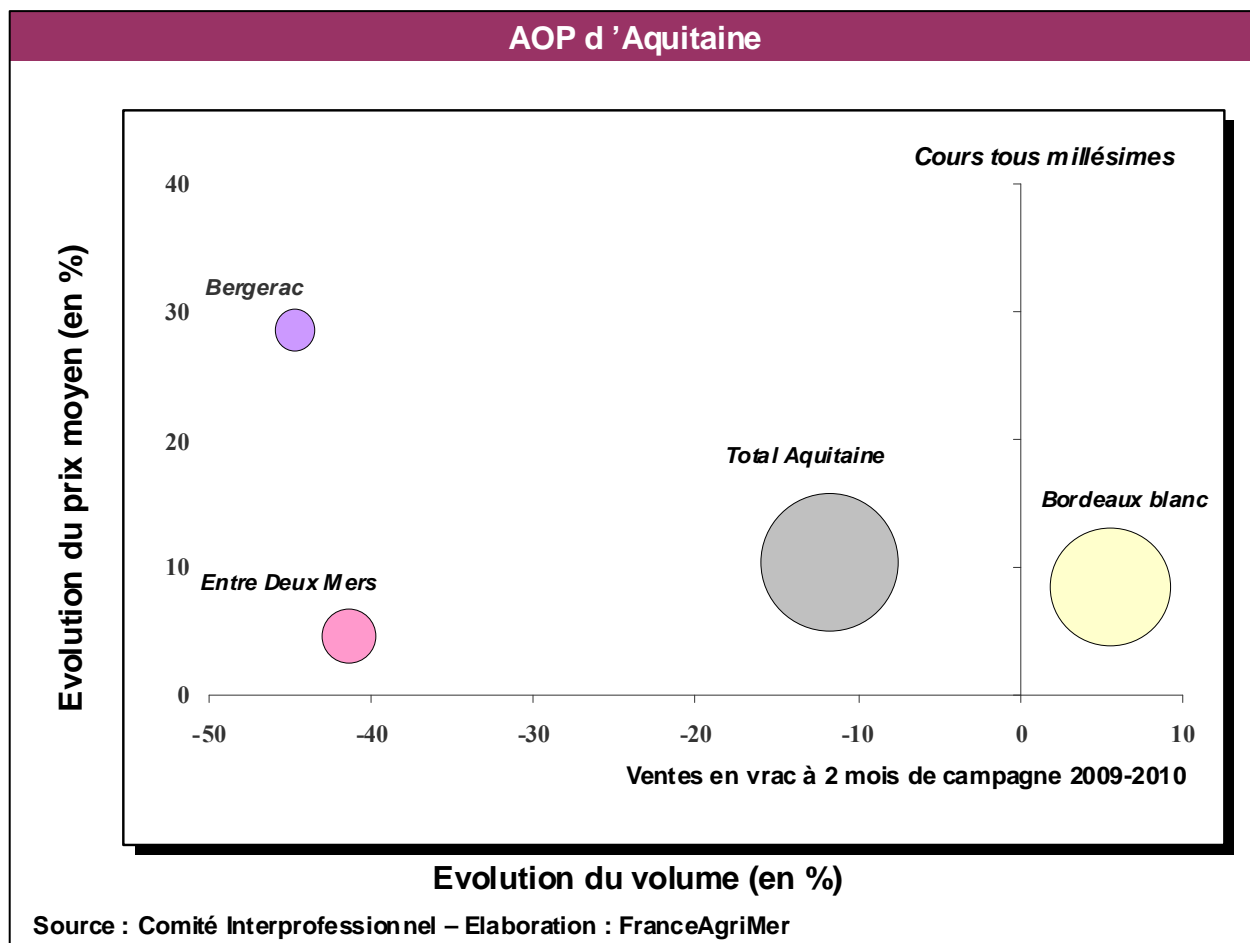
Les volumes		
en milliers d'hl	Activité vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
A.O.C. Bourgogne	13,0 mhl	-3%
A.O.C. Bourgogne Aligoté	23,0 mhl	+5%
Crémant de Bourgogne	51,9 mhl	-16%
<b>Régionales Bourgogne</b>	<b>90,1 mhl</b>	<b>-9%</b>
A.O.C. Macon Villages	13,2 mhl	+21%
<b>Régionales Macon</b>	<b>16,3 mhl</b>	<b>+16%</b>
<b>Toutes appellations régionales</b>	<b>106,4 mhl</b>	<b>-5%</b>
Pouilly Fuissé	11,4 mhl	+15%
Chablis	47,3 mhl	+96%
Meursault	4,9 mhl	-3%
<b>Toutes appellations blanches</b>	<b>217,0 mhl</b>	<b>+14%</b>

Source : Comité Interprofessionnel - Elaboration : FranceAgriMer





## Appellations d'origine d'Aquitaine



Malgré la légère progression des ventes cumulées en vrac de l'AOP Bordeaux à fin septembre 2009, l'activité des appellations blanches d'Aquitaine apparaît globalement inférieure à celle du début de la campagne précédente sous l'effet de la faiblesse des échanges des AOP Bergerac et Entre Deux Mers.

D'une campagne sur l'autre, les cours moyens sont par contre dans l'ensemble plus élevés que ceux que l'on pouvait constater sur le début de la campagne précédente, notamment pour le Bergerac dont le disponible 2008-2009 était réduit.

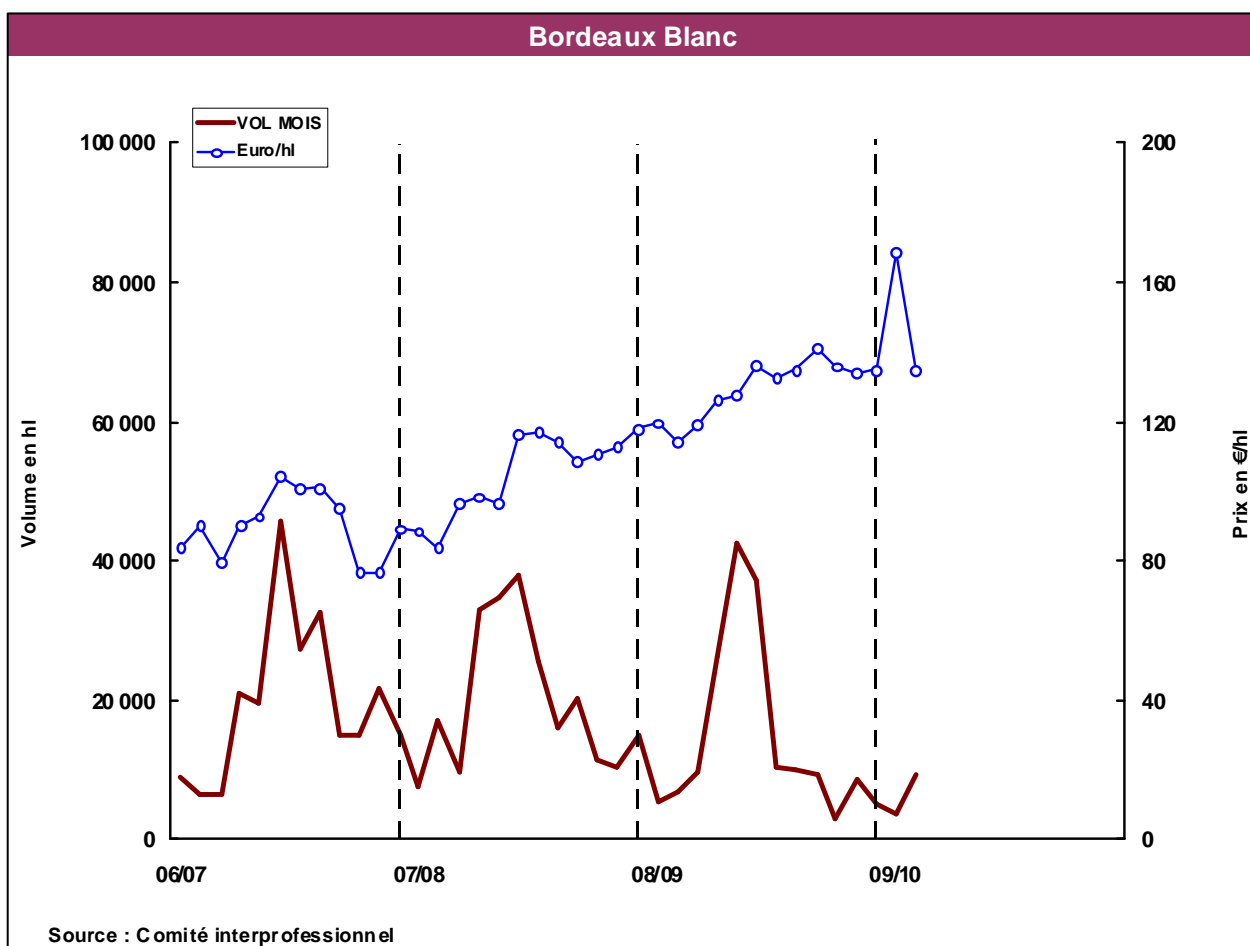
Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
Groupe Blancs Secs	17,6 mhl	-10%
Appellations de Dordogne		
Bergerac blanc sec	1,4 mhl	-45%

Source : Comité Interprofessionnel

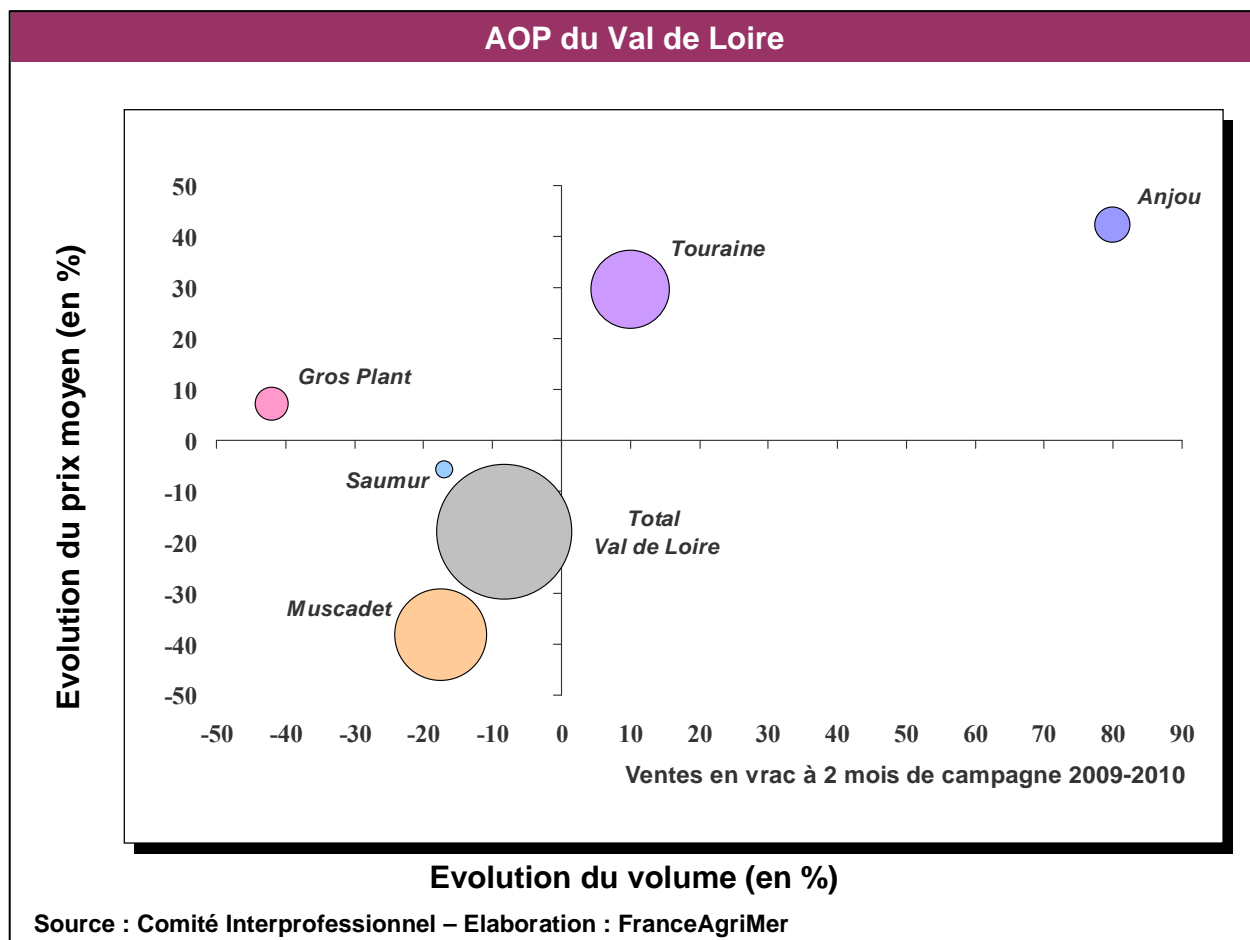
Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 2 mois	Variation /n-1
A.O.C. Bordeaux blanc	135 €	+18%	132 €	+13%
A.O.C. Entre Deux Mers (*)	134 €	+11%	128 €	+5%
Bergerac blanc sec	110 €	-	106 €	-

(\*) tous millésimes

Source : Comité Interprofessionnel



## Appellations d'origine du Val de Loire



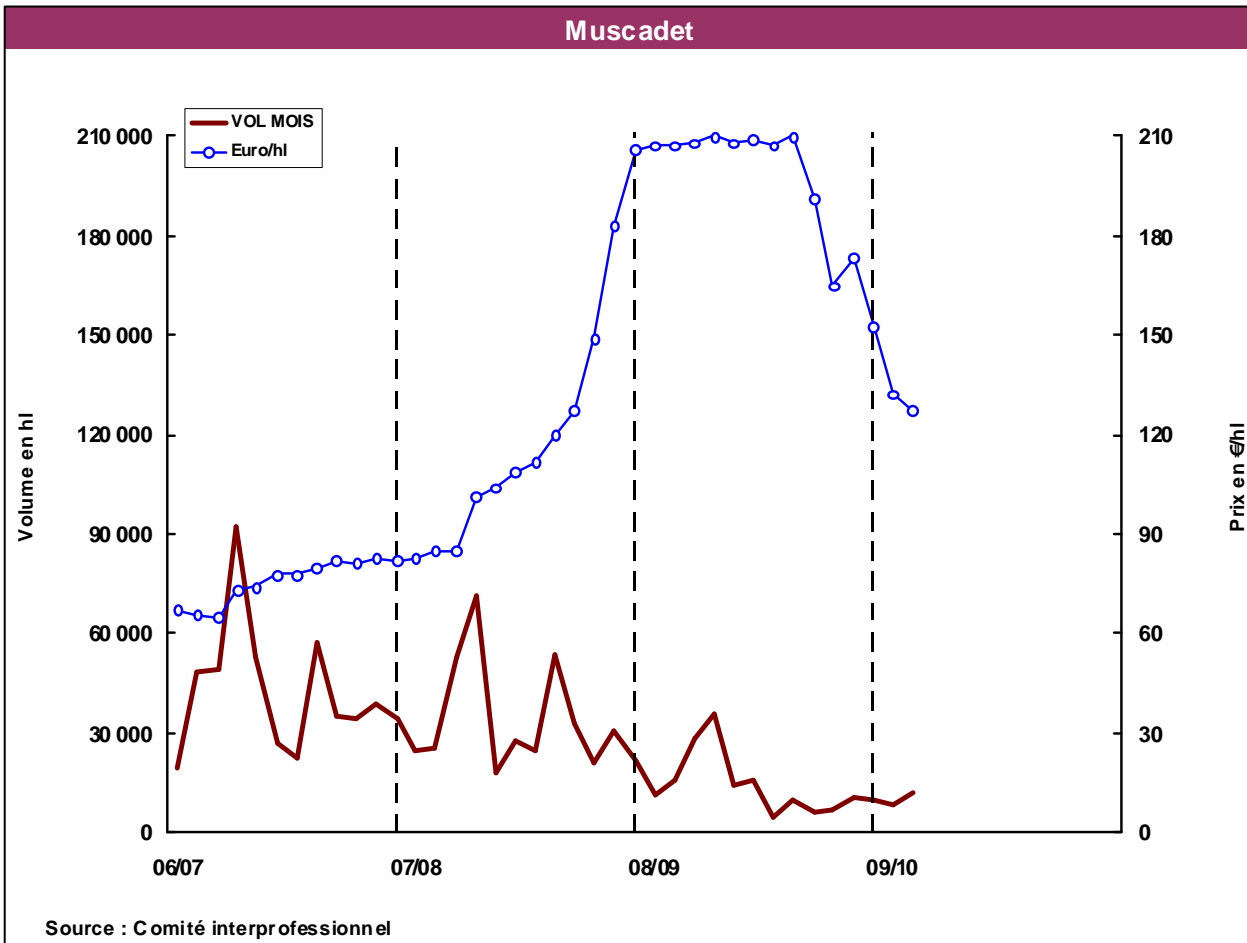
A deux mois de campagne 2009-2010, les appellations blanches du Val de Loire affichent un retard de leur activité vrac au départ de la propriété. Par rapport au début 2008-2009, seules les appellations Touraine et Anjou progressent en volume et en prix.

<b>Les volumes</b>		
en milliers d'hl	Activité vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2009-2010 à fin septembre 2009		
A.O.C. Muscadet	21,3 mhl	-17%
A.O.C. Gros Plant	3,0 mhl	-42%
A.O.C. Anjou	3,2 mhl	80%
A.O.C. Saumur	0,8 mhl	-17%
A.O.C. Touraine	15,7 mhl	10%

*Source : Comité Interprofessionnel*

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 2 mois	Variation /n-1
A.O.C. Muscadet ss-regionales	127,0 €	-39%	128,0 €	-38%
A.O.C. Gros Plant hors sur-lie	107,0 €	+4%	107,0 €	+7%
A.O.C. Anjou	122,3 €	+42%	122,3 €	+42%
A.O.C. Saumur	112,1 €	-10%	112,0 €	-6%
A.O.C. Touraine	140,5 €	+25%	145,0 €	+29%

Source : Comité Interprofessionnel



# Annexes à 13 semaines de campagne 2009-2010

---

## **Transactions en vins de table et vins de pays rouges, rosés et blancs**

### ■ ANNEXE I.1

Comparaison des volumes de campagne à campagne

### ■ ANNEXE I.2

Volumes hebdomadaires moyens

### ■ ANNEXE I.3

Prix moyens mensuels en fonction du degré

### ■ ANNEXE I.4

Composition des transactions en fonction du degré

### ■ ANNEXE I.5

Prix moyens mensuels par région Transactions en vins de table et vins de pays blancs

### ■ ANNEXE I.6

Prix moyen mensuel des vins rouges et rosés sans indication géographique

### ■ ANNEXE II.1

Comparaison des volumes de campagne à campagne

### ■ ANNEXE II.2

Volumes hebdomadaires moyens

### ■ ANNEXE II.3

Prix moyens mensuels en fonction du degré

### ■ ANNEXE II.4

Composition des transactions en fonction du degré

### ■ ANNEXE II.5

Prix moyens mensuels par région

### ■ ANNEXE II.6

Prix moyen mensuel des vins blancs sans indication géographique

## **Vins de pays**

### ■ ANNEXE III.1

Commercialisation des vins de pays avec indication de cépage

### ■ ANNEXE III.2

Commercialisation des vins de pays par type de dénomination

## **Moûts**

### ■ ANNEXE IV.1

Commercialisation des moûts

### ■ ANNEXE IV.2

**VOLUME DES TRANSACTIONS DE VINS DE TABLE ET DE PAYS ROUGES ET ROSES**  
**Comparaison de campagne à campagne**

CUMUL DES VENTES EN VRAC A 13 SEMAINES en hectolitres	VINS DE TABLE (hors vins de pays)				VINS DE PAYS				TOTAL VINS DE TABLE ET VINS DE PAYS			
	2009/2010	2008/2009	Variation en volume	Variation en %	2009/2010	2008/2009	Variation en volume	Variation en %	2009/2010	2008/2009	Variation en volume	Variation en en %
<b>CAMPAGNE 2009/2010</b>												
<i>Aude</i>	75 997	80 035	-4 038	-5,0 %	194 306	224 192	-29 886	-13,3 %	270 303	304 227	-33 924	-11,2 %
<i>Gard</i>	98 176	64 334	33 842	52,6 %	187 855	129 288	58 567	45,3 %	286 031	193 622	92 409	47,7 %
<i>Hérault</i>	109 078	135 086	-26 008	-19,3 %	305 448	267 635	37 813	14,1 %	414 526	402 721	11 805	2,9 %
<i>Pyénées-Orientales</i>	11 737	22 382	-10 645	-47,6 %	6 115	5 455	660	12,1 %	17 852	27 837	-9 985	-35,9 %
<b>Languedoc-Roussillon</b>	294 988	301 837	-6 849	-2,3 %	693 724	626 570	67 154	10,7 %	988 712	928 407	60 305	6,5 %
<b>P.A.C.A.</b>	34 777	30 153	4 624	15,3 %	21 819	27 779	-5 960	-21,5 %	56 596	57 932	-1 336	-2,3 %
<b>Midi-Pyrénées</b>	10 799	16 293	-5 494	-33,7 %	38 353	13 345	25 008	187,4 %	49 152	29 638	19 514	65,8 %
<b>Rhone-Alpes</b>	15 981	14 018	1 963	14,0 %	4 960	26 566	-21 606	-81,3 %	20 941	40 584	-19 643	-48,4 %
<b>Corse</b>	266	138	128	92,8 %	11 009	22 378	-11 369	-50,8 %	11 275	22 516	-11 241	-49,9 %
<b>Val de Loire</b>	3 469	2 838	631	22,2 %	5 554	8 425	-2 871	-34,1 %	9 023	11 263	-2 240	-19,9 %
<b>Aquitaine &amp; Charentes</b>	4 990	9 047	-4 057	-44,8 %	1 592	854	738	86,4 %	6 562	9 901	-3 319	-33,5 %
<b>FRANCE ENTIERE cumul semaine 1 à 13</b>	<b>365 270</b>	<b>374 324</b>	<b>-9 054</b>	<b>-2,4 %</b>	<b>777 011</b>	<b>725 917</b>	<b>51 094</b>	<b>7,0 %</b>	<b>1 142 281</b>	<b>1 100 241</b>	<b>42 040</b>	<b>3,8 %</b>

Source : Contrats d'achat - FranceAgriMer

VOLUMES HEBDOMADAIRES DES TRANSACTIONS DE VINS DE  
TABLE ET DE PAYS ROUGES ET ROSES  
Répartition par région

CAMPAGNE 2009/2010 moyenne hebdomadaire du mois en hl	FRANCE ENTIERE	Midi-Pyrénées	Languedoc-Roussillon	Charente	Provence Côte d'Azur	Val de Loire	Aquitaine	Corse	Rhône-Alpes
Août 2009 -4 semaines-	89 034	8 826	73 903	4	3 319	388	144	606	1 844
Septembre 2009 -5 semaines-	89 215	1 472	78 750	22	4 304	602	421	1 590	2 014
Octobre 2009 -4 semaines-	85 017	1 622	74 788		5 450	1 115	944	226	874
Cumul à 13 semaines de la Campagne 2009/2010	1 142 281	49 152	988 712	126	56 596	9 023	6 456	11 275	20 941

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

**PRIX MOYEN DES VINS DE TABLE ET DE PAYS ROUGES ET ROSES**  
France entière

Campagne 2008/2009	Vin sans IG		TOTAL					Vin IGP		TOTAL		TOTAL TOUS VINS
	Moins de 10°	De 10° à 10,9°	De 11° à 12°	Plus de 12°	€/hl, €/°hl	De 11° à 12°	Plus de 12°	Moins de 11°	De 11° à 12°	Plus de 12°	€/hl, €/°hl	
Moyenne mensuelle Août 2008	24,31	45,16	38,63	34,06	35,69	40,73	53,93		40,73	53,93	48,88	45,28
-4 semaines-		2,62	4,29	3,32	2,64		2,89				4,15	3,90
Septembre 2008	46,00	32,36	35,63	36,35	36,01	51,66	50,08	50,00	4,67	50,08	50,68	46,14
-5 semaines-		4,74	3,13	3,04	2,84		2,95				3,86	4,05
Octobre 2008	28,46	41,69	38,69	43,19	41,13	54,59	51,64	40,88	3,75	51,64	52,72	47,80
-4 semaines-		3,00	4,02	3,34	3,35		3,38				3,99	4,22
Cumul à 13 semaines	33,72	40,41	37,29	38,66	38,09	49,93	51,43	42,59	3,92	51,43	50,86	46,51
Campagne 2008/2009		3,55	3,89	3,20	3,01		3,11				3,97	4,06

Source : Contrats d'achat FranceAgrimiliter



**COMPOSITION DES TRANSACTIONS HEBDOMADAIRES DES VINS DE TABLE ET DE PAYS ROUGES ET ROSES**  
Répartition par type de vins et par tranche de degré France entière

Campagne 2009/2010 En hl / semaine	Vin IGP			TOTAL			Vin sans IG				TOTAL		TOTAL TOUS VINS
	Moins de 11°	De 11° à 12°	Plus de 12°	Moins de 10°	De 10° à 109°	De 11° à 12°	Plus de 12°		TOTAL	%			
							Moins de 10°	Plus de 12°					
Août 2009 -4 semaines-		21 117 23,7 %	46 525 52,3 %		401 0,5 %	10 381 11,7 %	10 610 11,9 %	21 392 24,0 %			89 034 100,0 %		
Septembre 2009 -5 semaines-	216 0,2 %	14 532 16,3 %	47 285 53,0 %	148 0,2 %	815 0,9 %	15 418 17,3 %	10 801 12,1 %	27 182 30,5 %			89 215 100,0 %		
Octobre 2009 -4 semaines-	31 0,0 %	12 114 14,2 %	36 925 43,4 %		709 0,8 %	16 636 19,6 %	18 603 21,9 %	35 948 42,3 %			85 017 100,0 %		
Cumul à 13 semaines en hl	1 204 0,1 %	205 583 18,0 %	570 224 49,9 %	740 0,1 %	8 516 0,7 %	185 158 16,2 %	170 856 15,0 %	365 270 32,0 %			1 142 281 100,0 %		

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

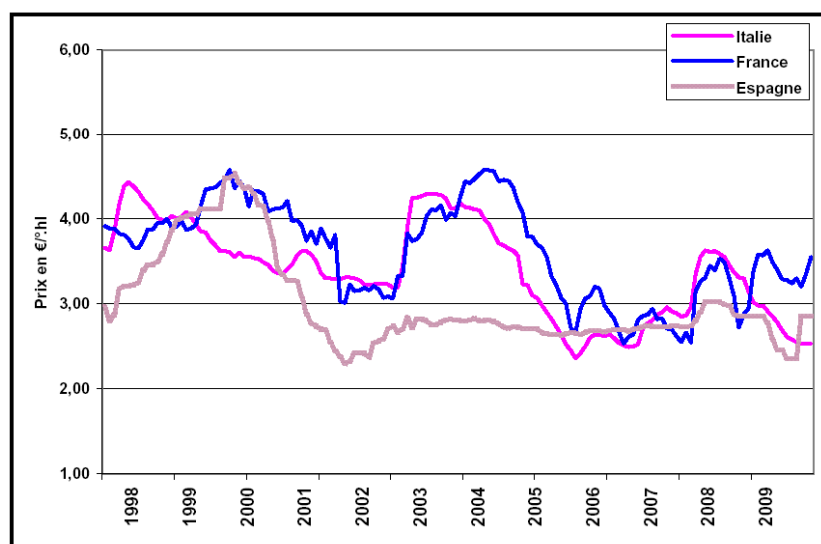
**PRIX MOYEN MENSUEL VINS DE TABLE ET DE PAYS ROUGES ET ROSÉS  
FRANCE ET REGIONS**

CAMPAGNE 2009/2010 Prix moyen mensuel Mois & nb de semaines du mois	FRANCE ENTIERE		Aquitaine		Charente		Corse		L/R		Midi-Pyrénées		Provence Côte d'Azur		Rhône-Alpes		Val de Loire	
	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl
<b>Août 2009</b>	45,44	26,50	48,00	3,84	80,29	45,37	6,73	41,05	3,64	43,37	48,53	3,67	42,35	3,30	40,11	48,56	3,48	
<b>Septembre 2009</b>	47,81	47,92	20,00	1,67	75,05	47,44	6,24	43,37	3,79	44,95	46,01	3,82	52,49	4,19	55,73	4,86	4,20	
<b>Octobre 2009</b>	47,91	32,13			75,32	48,08	6,28	44,95	3,85	44,95	46,01	3,82	52,49	4,19	55,73	4,86	4,20	
<b>Prix moyen à 13 semaines</b>	<b>47,14</b>	<b>36,50</b>	<b>23,33</b>	<b>1,93</b>	<b>76,19</b>	<b>47,01</b>	<b>6,35</b>	<b>43,23</b>	<b>3,76</b>	<b>43,23</b>	<b>46,89</b>	<b>3,71</b>	<b>44,23</b>	<b>3,62</b>	<b>50,65</b>	<b>4,40</b>	<b>4,40</b>	
<b>Part de la région dans le chiffre d'affaires total à 13 s</b>	<b>100 %</b>	<b>0,5 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>1,6 %</b>	<b>88,6 %</b>	<b>1,6 %</b>	<b>5,1 %</b>	<b>1,6 %</b>	<b>1,8 %</b>	<b>0,9 %</b>	<b>0,9 %</b>	<b>0,9 %</b>	<b>0,9 %</b>	<b>0,9 %</b>	<b>0,9 %</b>	<b>0,9 %</b>	<b>0,9 %</b>	

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

## PRIX MOYEN MENSUEL DES VINS ROUGES ET ROSES SANS INDICATION GEOGRAPHIQUE

Prix en €/hl	Italie	France	Espagne
	Rouges	Rouges	Rouges
Octobre 2008	3,02	3,38	2,86
Novembre	2,98	3,58	2,85
Décembre 2008	2,98	3,57	2,85
Janvier	2,91	3,63	2,77
Février	2,85	3,49	2,58
Mars	2,78	3,40	2,46
Avril	2,69	3,29	2,45
Mai	2,61	3,28	2,36
Juin	2,58	3,24	2,35
Juillet	2,55	3,30	2,36
Août	2,53	3,20	2,85
Septembre	2,53	3,36	2,86
Octobre 2009	2,53	3,55	2,86



Sources : Contrats d'achat FranceAgriMer, ISMEA, cotations de la "Semana Vitivinicola".

**VOLUME DES TRANSACTIONS DE VINS DE TABLE ET DE PAYS BLANCS**  
**Comparaison de campagne à campagne**

CUMUL DES VENTES EN VRAC A 13 SEMAINES en hectolitres	VINS DE TABLE (hors vins de pays)				VINS DE PAYS				TOTAL VINS DE TABLE ET VINS DE PAYS			
	2009/2010	2008/2009	Variation en volume	Variation en %	2009/2010	2008/2009	Variation en volume	Variation en %	2009/2010	2008/2009	Variation en volume	Variation en %
<b>CAMPAGNE 2009/2010</b>												
Languedoc-Roussillon	20 780	47 035	-26 255	-55,8 %	94 569	71 717	22 852	31,9 %	115 349	118 752	-3 403	-2,9 %
Midi-Pyrénées	13 200	9 554	3 646	38,2 %	16 858	23 647	-6 789	-28,7 %	30 058	33 201	-3 143	-9,5 %
Provence Côte d'Azur	8 656	2 443	6 213	254,3 %	4 862	1 223	3 639	297,5 %	13 518	3 666	9 852	268,7 %
Val de Loire	1 465	1 048	417	39,8 %	5 211	5 864	-653	-11,1 %	6 676	6 912	-236	-3,4 %
Aquitaine	2 293	1 686	607	36,0 %	470	470	-470	-100,0 %	2 293	2 156	137	6,4 %
Corse		492	-492	-100,0 %	1 693	1 802	-109	-6,0 %	1 693	2 294	-601	-26,2 %
Charente	1 451	197	1 254	636,5 %	77	437	-360	-82,4 %	1 528	634	894	141,0 %
Rhône-Alpes		1 640	-1 640	-100,0 %	457	464	-7	-1,5 %	457	2 104	-1 647	-78,3 %
<b>FRANCE ENTIERE cumul semaine 1 à 13</b>	<b>47 845</b>	<b>64 095</b>	<b>-16 250</b>	<b>-25,4 %</b>	<b>123 727</b>	<b>105 624</b>	<b>18 103</b>	<b>17,1 %</b>	<b>171 572</b>	<b>169 719</b>	<b>1 853</b>	<b>1,1 %</b>

Source : Contrats d'Achat FranceAgriMer

**VOLUMES HEBDOMADAIRES DES TRANSACTIONS DE VINS DE TABLE ET DE PAYS BLANCS**  
Répartition par région

CAMPAGNE 2009/2010 moyenne hebdomadaire du mois en fil	FRANCE ENTIERE	Midi-Pyrénées	Languedoc-Rous sillon	Charente	Provence Côte d'Azur	Val de Loire	Aquitaine	Corse	Rhône-Alpes
Août 2009 -4 semaines -	14 198	2 664	10 780	37	506	162	19		31
Septembre 2009 -5 semaines -	11 351	2 043	7 677	4	604	689	122	200	12
Octobre 2009 -4 semaines -	14 506	2 298	8 462	340	2 119	646	401	173	68
Cumul à 13 semaines de la Campagne 2009/2010	171 572	30 058	115 349	1 528	13 518	6 676	2 293	1 693	457

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

**PRIX MOYEN DES VINS DE TABLE BLANCS en Euros/hl**  
dans les principales régions de production

Campagne 2009/2010	Midi- Pyrénées		Aquitaine		Charentes		L/ R		Val de Loire			France entière			
	Gers		Tarn		<10°	10° à 12°	>12°	<10°	10° à 12°	>12°	<10°	10° à 109	11° à 12°	10° à 12°	>12°
	<10°	10° à 12°	10° à 12°	>12°											
Août 2009 -4 semaines-	5,73	4,55	3,54	4,58	4,57	5,10	5,39	5,10	5,39	5,38	4,57	5,10	5,39	5,38	4,57
Septembre 2009 -5 semaines-	5,34	3,89	4,55	3,33	5,11	4,46	4,45	5,03	4,99	3,92	4,64	4,45	5,03	4,99	3,92
Octobre 2009 -4 semaines-	5,63	5,63	2,34	1,92	5,30	5,67	2,02	3,25	4,71	5,63	4,37	2,02	4,83	4,71	5,63
<b>PRIX MOYEN A 13 SEMAINES</b>	<b>5,53</b>	<b>4,47</b>	<b>2,88</b>	<b>2,00</b>	<b>2,02</b>	<b>5,07</b>	<b>2,02</b>	<b>4,07</b>	<b>5,09</b>	<b>5,04</b>	<b>4,32</b>	<b>2,02</b>	<b>5,09</b>	<b>5,04</b>	<b>5,06</b>

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

**COMPOSITION DES TRANSACTIONS HEBDOMADAIRES DES VINS DE TABLE ET DE PAYS BLANCS**  
Répartition par type de vins et par tranche de degré France entière

Campagne 2009/2010 En hl / semaine	Vin sans IG		TOTAL		Vin IGP		TOTAL		TOTAL TOUS VINS
	Moins de 10°	De 10° à 10,9°	De 11° à 12°	Plus de 12°	Moins de 11°	De 11° à 12°	Plus de 12°		
Août 2009 -4 semaines-		113 0,8 %	2 667 18,8 %	426 3,0 %	3 206 22,6 %	3 455 24,3 %	7 537 53,1 %	10 992 77,4 %	14 198 100,0 %
Septembre 2009 -5 semaines-		163 1,4 %	2 268 20,0 %	701 6,2 %	3 133 27,6 %	2 186 19,3 %	6 032 53,1 %	8 218 72,4 %	11 351 100,0 %
Octobre 2009 -4 semaines-	236 1,6 %	230 1,6 %	2 278 15,7 %	2 097 14,5 %	4 839 33,4 %	3 030 20,9 %	6 587 46,4 %	9 667 66,6 %	14 506 100,0 %
<b>Cumul à 13 semaines en hl</b>	942 0,5 %	2 184 1,3 %	31 120 18,1 %	13 599 7,9 %	47 845 27,9 %	203 0,1 %	36 867 21,5 %	86 657 50,5 %	171 572 100,0 %

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

**PRIX MOYEN MENSUEL VINS DE TABLE ET DE PAYS BLANCS  
FRANCE ET REGIONS**

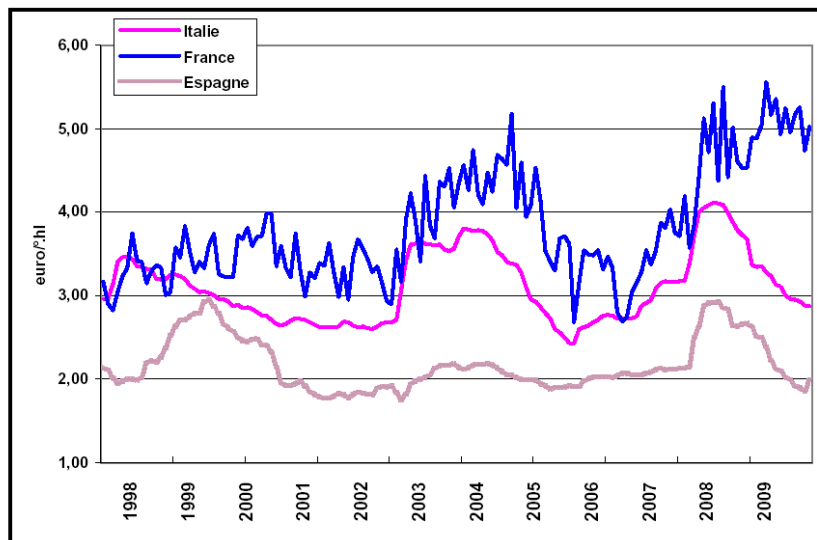
CAMPAGNE 2009/2010 Prix moyen mensuel Mois & nb de semaines du mois	FRANCE ENTIERE	Aquitaine	Charente	Corse	L/R	Midi-Pyrénées	Provence Côte d'Azur	Rhône-Alpes	Val de Loire
	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl
<b>AOÛT 2009</b> -4 semaines-	77,06	41,43	56,36		79,20	72,31	60,35	79,64	72,98
<b>SEPTEMBRE 2009</b> -5 semaines-	79,18	47,02	40,00	95,00	84,80	68,17	46,28	65,00	79,67
<b>OCTOBRE 2009</b> -4 semaines-	78,24	28,12	19,29	89,65	85,73	72,97	72,93	80,00	75,19
<b>Prix moyen à 13 semaines</b>	<b>78,16</b>	<b>33,60</b>	<b>23,14</b>	<b>92,81</b>	<b>82,98</b>	<b>71,10</b>	<b>65,10</b>	<b>77,87</b>	<b>77,28</b>
<b>Part de la région dans le chiffre d'affaires total à 13 s</b>	<b>100 %</b>	<b>0,6 %</b>	<b>0,3 %</b>	<b>1,2 %</b>	<b>71,4 %</b>	<b>15,9 %</b>	<b>6,6 %</b>	<b>0,3 %</b>	<b>3,8 %</b>

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer



## PRIX MOYEN MENSUEL DES VINS BLANCS SANS INDICATION GEOGRAPHIQUE

Prix en €/hl	Italie	France	Espagne
	Blancs	Blancs	Blancs
Octobre 2008	3,37	4,90	2,63
Novembre	3,34	4,89	2,51
Décembre 2008	3,35	5,05	2,50
Janvier	3,28	5,56	2,38
Février	3,23	5,17	2,22
Mars	3,13	5,36	2,13
Avril	3,11	4,94	2,09
Mai	3,00	5,25	2,03
Juin	2,96	4,96	1,99
Juillet 2009	2,95	5,18	1,92
Août	2,93	5,26	1,90
Septembre	2,88	4,73	1,85
Octobre 2009	2,87	5,03	1,99



Sources : Contrats d'achat FranceAgriMer, ISMEA, cotations de la "Semana Vitivinicola".

## COMMERCIALISATION DES VINS DE PAYS AVEC INDICATION DU CEPAGE

Vins de Pays Blancs	Chardonn.		Sauvigno.		Viognier		Muscat		Chenin		VDP de cépage		Total VDP			
	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volume	Prix	Volume	% VDP de cépage		
Août 2009	14 645	89,68	10 640	90,96	1 613	82,25	368	74,27			28 011	89,00	43 969	64 %	81,65	
Septembre 2009	16 201	96,25	8 219	97,08	1 602	105,93	1 280	78,48	1 636	65,04	30 817	92,80	41 090	75 %	88,18	
Octobre 2009	17 104	90,12	7 698	93,54	1 199	115,73	1 494	86,14	1 176	60,17	29 401	90,40	38 668	76 %	87,49	
total à 13 semaines	47 950	92,05	26 557	93,60	4 414	99,94	3 142	81,63	2 812	63,00	88 229	90,79	123 727	71 %	85,64	

Vins de Pays Rosés	Cinsaut		Syrah		Grenache		Merlot		Cabernet.		VDP de cépage		Total VDP			
	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volume	Prix	Volume	% VDP de cépage		
Août 2009	12 115	52,38	4 954	55,11	3 683	48,75	2 147	49,90	328	59,63	23 520	52,17	59 069	40 %	52,03	
Septembre 2009	15 921	52,92	10 817	54,33	4 365	54,56	1 420	53,28	1 312	73,73	34 125	54,39	70 046	49 %	54,59	
Octobre 2009	6 053	52,53	3 712	56,65	4 178	48,67	260	50,00	733	67,62	15 181	53,31	36 277	42 %	52,27	
total à 13 semaines	34 089	52,66	19 483	54,97	12 226	50,80	3 827	51,16	2 373	69,90	72 826	53,45	165 392	44 %	53,17	

Vins de Pays Rouges	Merlot		Cabernet.		Syrah		Grenache		Gamay		VDP de cépage		Total VDP			
	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volume	Prix	Volume	% VDP de cépage		
Août 2009	65 203	49,41	26 703	53,06	11 688	47,35	2 002	41,90	472	59,40	106 611	50,12	211 499	50 %	47,94	
Septembre 2009	100 139	49,29	55 245	51,75	16 633	56,67	2 867	53,94	893	56,55	180 822	52,09	240 121	75 %	49,99	
Octobre 2009	58 070	54,55	38 334	49,50	14 324	58,44	1 124	58,50	3 999	56,71	116 326	53,73	159 999	73 %	51,03	
total à 13 semaines	223 412	50,70	120 282	51,32	42 645	54,71	5 993	50,77	5 364	56,92	403 759	52,04	611 619	66 %	49,55	

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Vins de Pays Rouges et rosés  Volumes en Hl Prix en Euros/Hl	ZONE REGIONALE		DEPARTEMENT		ZONE LOCALE		TOTAL VDP	
	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX
août 2009	160 018	51,83	99 301	42,07	11 249	65,88	270 568	48,83
septembre 2009	224 654	52,36	68 537	43,81	16 976	62,60	310 167	51,03
octobre 2009	143 415	53,03	46 308	44,75	6 553	58,51	196 276	51,26
<b>Total à 13 semaines</b>	<b>528 087</b>	<b>52,38</b>	<b>214 146</b>	<b>43,21</b>	<b>34 778</b>	<b>62,89</b>	<b>777 011</b>	<b>50,32</b>

Vins de Pays Blancs  Volumes en Hl Prix en euros/Hl	ZONE REGIONALE		DEPARTEMENT		ZONE LOCALE		TOTAL VDP	
	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX
août 2009	31 699	86,38	7 785	62,75	4 485	80,99	43 969	81,65
septembre 2009	32 955	90,42	2 817	65,34	5 318	86,37	41 090	88,18
octobre 2009	29 758	88,93	2 645	76,33	6 265	85,32	38 668	87,49
<b>Total à 13 semaines</b>	<b>94 412</b>	<b>88,60</b>	<b>13 247</b>	<b>66,01</b>	<b>16 068</b>	<b>84,46</b>	<b>123 727</b>	<b>85,64</b>

Vins de Pays Rouges  Volumes en Hl Prix en euros/Hl	ZONE REGIONALE		DEPARTEMENT		ZONE LOCALE		TOTAL VDP	
	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX
août 2009	137 595	51,57	70 917	39,89	2 987	72,11	211 499	47,94
septembre 2009	182 184	52,10	52 143	42,09	5 794	54,94	240 121	49,99
octobre 2009	122 332	53,02	33 869	42,87	3 798	59,80	159 999	51,03
<b>Total à 13 semaines</b>	<b>442 111</b>	<b>52,19</b>	<b>156 929</b>	<b>41,27</b>	<b>12 579</b>	<b>60,49</b>	<b>611 619</b>	<b>49,55</b>

Vins de Pays Rosés  Volumes en Hl Prix en euros/Hl	ZONE REGIONALE		DEPARTEMENT		ZONE LOCALE		TOTAL VDP	
	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX	VOLUMES	PRIX
août 2009	22 423	53,46	28 384	47,52	8 262	63,63	59 069	52,03
septembre 2009	42 470	53,49	16 394	49,28	11 182	66,56	70 046	54,59
octobre 2009	21 083	53,11	12 439	49,87	2 755	56,73	36 277	52,27
<b>Total à 13 semaines</b>	<b>85 976</b>	<b>53,39</b>	<b>57 217</b>	<b>48,53</b>	<b>22 199</b>	<b>64,25</b>	<b>165 392</b>	<b>53,17</b>

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer



## TRANSACTIONS DE MOUTS ET MOUTS PARTIELLEMENT FERMENTES PAR COULEUR ET PAR REGION

Campagne 2009/2010 (13 semaines)	M.P.F.		M.P.F.		Mout		Mout		Mout		Mout		Mout		Mout		Mout		Mout		TOTAL		
	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc M.P.F.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc M.P.F.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.	Blanc Validation pour agrément en V.P.
Languedoc-Roussillon	150 3,54		170 3,00	160 3,61	63 520 3,45	79 4,23	6 483 6,07	1 184 6,16	1 884 2,139	1 500 2,32	135 12,29	2 354 3,72	285 5,79	74 520 3,79									
Val de Loire			10 743 4,39	2 766 4,01	2 766 4,01	33 5,61	37 163 6,91	2 139 5,02	2 139 5,02	1 500 2,32			426 4,34	53 270 6,17									
Charente						1 686 14,59							18 457 11,89	29 688 9,11									
Provence Côte d'Azur					1 980 3,21	4 000 2,31								7 280 2,91									
Midi-Pyrénées																							
Aquitaine																							
Rhône-Alpes																							
Val de la Somme jusqu'en 2009	150 3,54		10 913 4,36	5 794 3,47	67 520 3,37	1 798 13,96	46 532 6,68	15 259 3,56	1 500 2,32	135 12,29	2 354 3,72	19 237 11,58	171 392 6,95										

Source - Contrats d'achat FranceAgriMer



FranceAgriMer

Direction Marchés, Etudes et Prospective  
Unité Cultures et Filières Spécialisées  
Dossier suivi par Philippe JANVIER  
philippe.janvier@franceagrimer.fr

## ***La consommation taxée***

*La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles FranceAgriMer-Infos est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : « extrait FranceAgriMer-Infos, le numéro et le mois concernés ». De plus, dans le cas d'une étude, il est demandé de préciser le titre de celle-ci et les sources des tableaux. La reproduction du logo FranceAgriMer-Infos devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par FranceAgriMer-Infos*

---

Depuis le 1<sup>er</sup> avril 2009, **FranceAgriMer** se substitue aux cinq offices agricoles – Office de l'Élevage, Ofimer, ONIGC, Onippam et Viniflor – et au Service des Nouvelles des Marchés (décret n° 2009-340, du 27 mars 2009).

---

# La consommation taxée

Le volume de vin soumis au droit de circulation durant le mois d'août 2009 s'est élevé à 2,4 millions d'hl (-3 % par rapport à août 2008) qui se répartissent, selon les anciennes catégories réglementaires, entre 1,3 million d'hl de VQPRD (soit un niveau équivalent à celui du mois d'août 2008) et 1,1 million d'hl d'Autres vins (en baisse de 6 %). Conformément à la nouvelle OCM viti-vinicole, cette catégorisation évolue désormais vers une nouvelle segmentation qui conduit à répartir les volumes de vins ayant acquitté un droit de circulation entre une catégorie de vins sans indication géographique (VSIG) qui représente 0,6 million d'hl en août 2009, une catégorie de vins à indication géographique protégée (IGP) de 0,5 million d'hl et une catégorie de vins d'appellation d'origine protégée (AOP) d'1,3 million d'hl.

VOLUMES SORTIS DES CHAIS DES PRODUCTEURS												
MOIS	A.O.P.				AUTRES VINS				TOTAL GENERAL			
	2008/09		2009/10		2008/09		2009/10		2008/09		2009/10	
	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C
AOUT	1 427		1 250		1 059		1 001		2 487		2 251	
SEPTEMBRE	1 821	3 248			1 830	2 889			3 651	6 137		
OCTOBRE	2 027	5 276			1 318	4 207			3 346	9 483		
NOVEMBRE	2 129	7 405			2 557	6 764			4 687	14 170		
DECEMBRE	1 592	8 997			2 660	9 425			4 252	18 422		
JANVIER	1 211	10 208			3 110	12 535			4 321	22 743		
FEVRIER	1 275	11 483			2 177	14 711			3 451	26 194		
MARS	1 499	12 981			1 532	16 243			3 030	29 224		
AVRIL	1 646	14 627			1 340	17 583			2 985	32 210		
MAI	1 441	16 068			1 188	18 771			2 630	34 839		
JUIN	1 702	17 771			1 388	20 159			3 090	37 930		
JUILLET	1 814	19 585			1 236	21 395			3 050	40 980		

M: Données Mensuelles en mhl C: Données Cumulées en mhl

CONSUMMATION TAXEE												
	A.O.P.				AUTRES VINS				TOTAL GENERAL			
	2008/09		2009/10		2008/09		2009/10		2008/09		2009/10	
	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C
AOUT	1 320		1 322		1 119		1 057		2 439		2 379	
SEPTEMBRE	1 234	2 554			1 125	2 245			2 360	4 799		
OCTOBRE	1 366	3 920			1 149	3 394			2 515	7 314		
NOVEMBRE	1 455	5 375			1 022	4 416			2 477	9 791		
DECEMBRE	1 375	6 750			1 090	5 506			2 465	12 256		
JANVIER	999	7 749			972	6 477			1 971	14 226		
FEVRIER	1 050	8 799			1 016	7 494			2 066	16 293		
MARS	1 310	10 109			1 101	8 594			2 411	18 704		
AVRIL	1 477	11 586			1 254	9 848			2 731	21 435		
MAI	1 318	12 904			1 158	11 006			2 476	23 910		
JUIN	1 409	14 313			1 292	12 298			2 701	26 612		
JUILLET	1 681	15 994			1 407	13 705			4 120	29 699		

VARIATION EN POURCENTAGE 2009/10 PAR RAPPORT A 2008/09						
	V.Q.P.R.D.		AUTRES		ENSEMBLE	
	M	C	M	C	M	C
AOUT	0,2%		-5,5%		-2,5%	
SEPTEMBRE						
OCTOBRE						
NOVEMBRE						
DECEMBRE						
JANVIER						
FEVRIER						
MARS						
AVRIL						
MAI						
JUIN						
JUILLET						



FranceAgriMer

Direction Etudes, Marchés & Prospective  
Unité Cultures et Filières Spécialisées  
Dossier suivi par : Ghislaine PARAN  
ghislaine.paran@franceagrimer.fr

# ***Les ventes de vins tranquilles en grande distribution***

## ***Bilan de la campagne 2008-2009***

*La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles FranceAgrimer-Infos est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : « extrait FranceAgrimer-Infos, le numéro et le mois concernés ». De plus, dans le cas d'une étude, il est demandé de préciser le titre de celle-ci et les sources des tableaux. La reproduction du logo FranceAgrimer devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par FranceAgrimer*

---

Depuis le 1<sup>er</sup> avril 2009, **FranceAgriMer** se substitue aux cinq offices agricoles – Office de l'Élevage, Ofimer, ONIGC, Onippam et Viniflhor – et au Service des Nouvelles des Marchés (décret n° 2009-340, du 27 mars 2009).

---



## **Sommaire**

---

- **Précisions méthodologiques**
- **Le marché des vins tranquilles par circuit**
- **Le marché des vins tranquilles par couleur**
- **Le marché des vins tranquilles par catégorie**
- **Le marché des VQPRD**
- **Le marché des VDP**
- **Le marché des VDT**
- **Le marché des vins étrangers**
- **Les ventes par type de conditionnement**
- **Les ventes sous MDD**
- **Régionalisation des ventes de vins tranquilles**
- **Annexes**

## Précisions méthodologiques

---

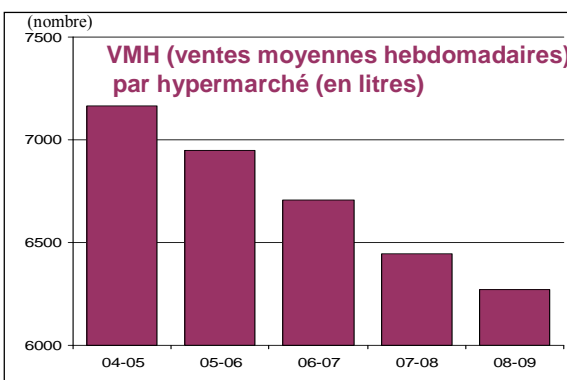
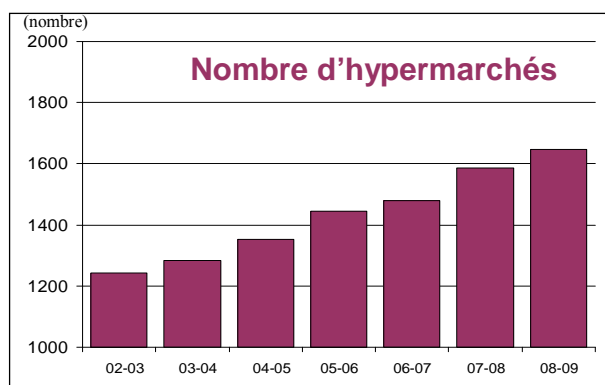
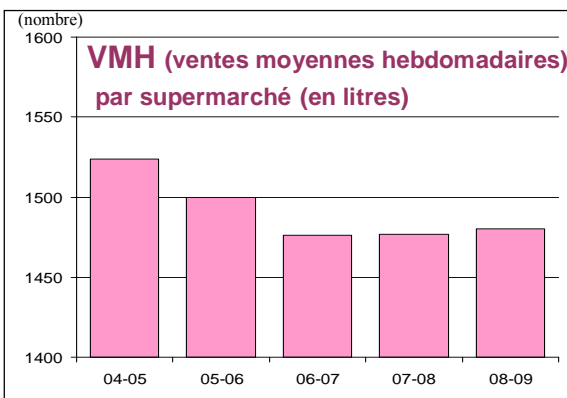
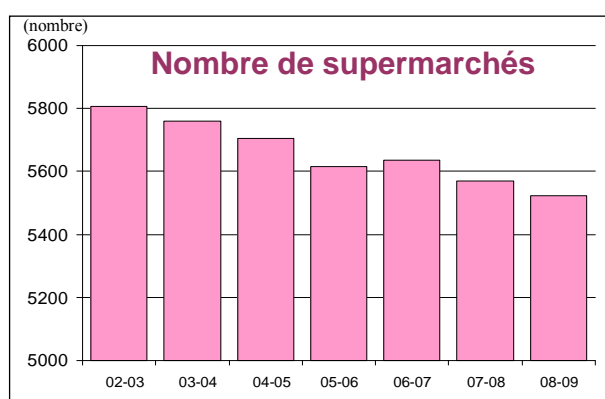
Nous présentons ici un bilan des ventes de vins tranquilles en grande distribution pour la campagne 2008-2009. Les résultats sont issus du panel INFOSCAN réalisé par la société IRI FRANCE, à partir de l'enregistrement des sorties de caisse, et cofinancés par le CNIV et FranceAgriMer.

Le parc total des magasins suivis en infoscan census est composé de 1.648 Hyper marchés, 5.523 Super marchés et 133 magasins Hard discount français (ED, MUTANT, LEADER PRICE et NETTO). Les informations sont recueillies par période 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 P01, P02, ..., P13. On précisera que l'année 2008-2009 correspond aux 52 semaines comprises entre le 18 août 2008 (P9/2008) et le 16 août 2009 (P8/2009).

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. De plus, le marché des vins tranquilles s'avère être, au dire de la société de panel, le marché le plus complexe à gérer compte tenu de la multitude de références (de l'ordre de 20 000 références de vins tranquilles en permanence pour la grande distribution et pour l'ensemble du territoire national) et du caractère éphémère de certaines références (la durée de vie moyenne d'une référence est de l'ordre de 3 mois).

Ceci nécessite un travail permanent de suivi, 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 IRI FRANCE.

## Évolutions du parc et des ventes moyennes hebdomadaires par magasin



Source : IRI France - Infoscan à P08/2009

## Le marché des vins tranquilles par circuit

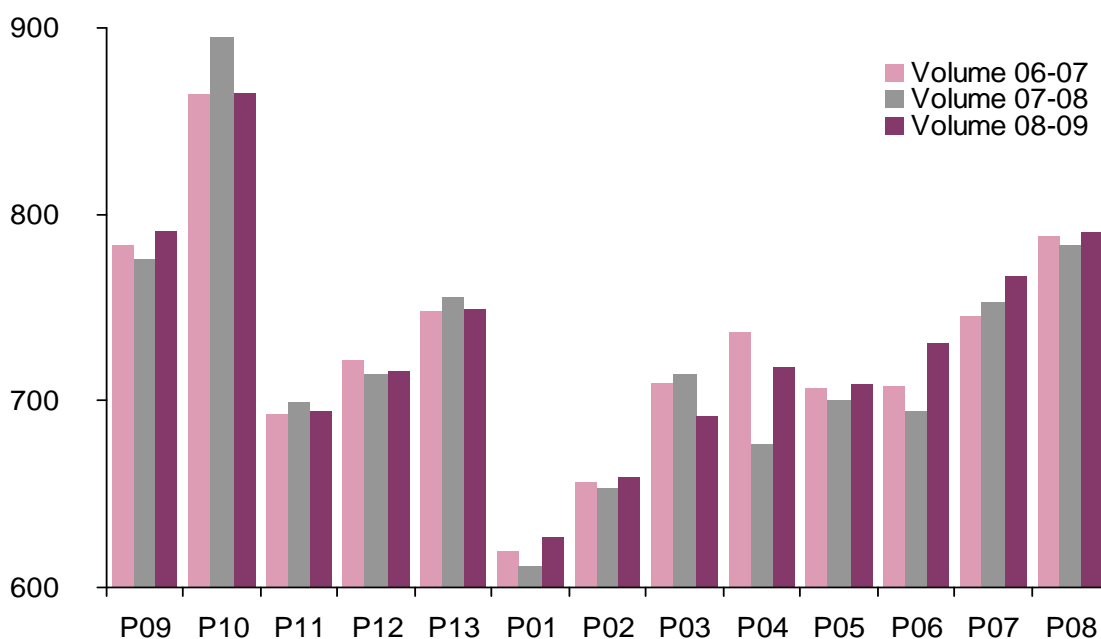
Pendant la campagne 2008/2009, les ventes de vins tranquilles en grande distribution ont représenté 9,510 millions d'hectolitres pour une valeur de 3,416 milliards d'euros, soit une croissance en volume (+ 0,8 %) et en valeur (+ 4 %) par rapport à la campagne précédente.

Le prix moyen de vente, établi à 3,59 €/litre, affiche également une hausse de +3,1 %.

### Évolution des ventes de vins tranquilles en cours de campagne

milliers d'hectolitres

Total campagne 08/09 = 9,510 millions d'hectolitres  
soit + 0,8 % vs campagne 07/08



Source : IRI France - Infoscan à P08/2009

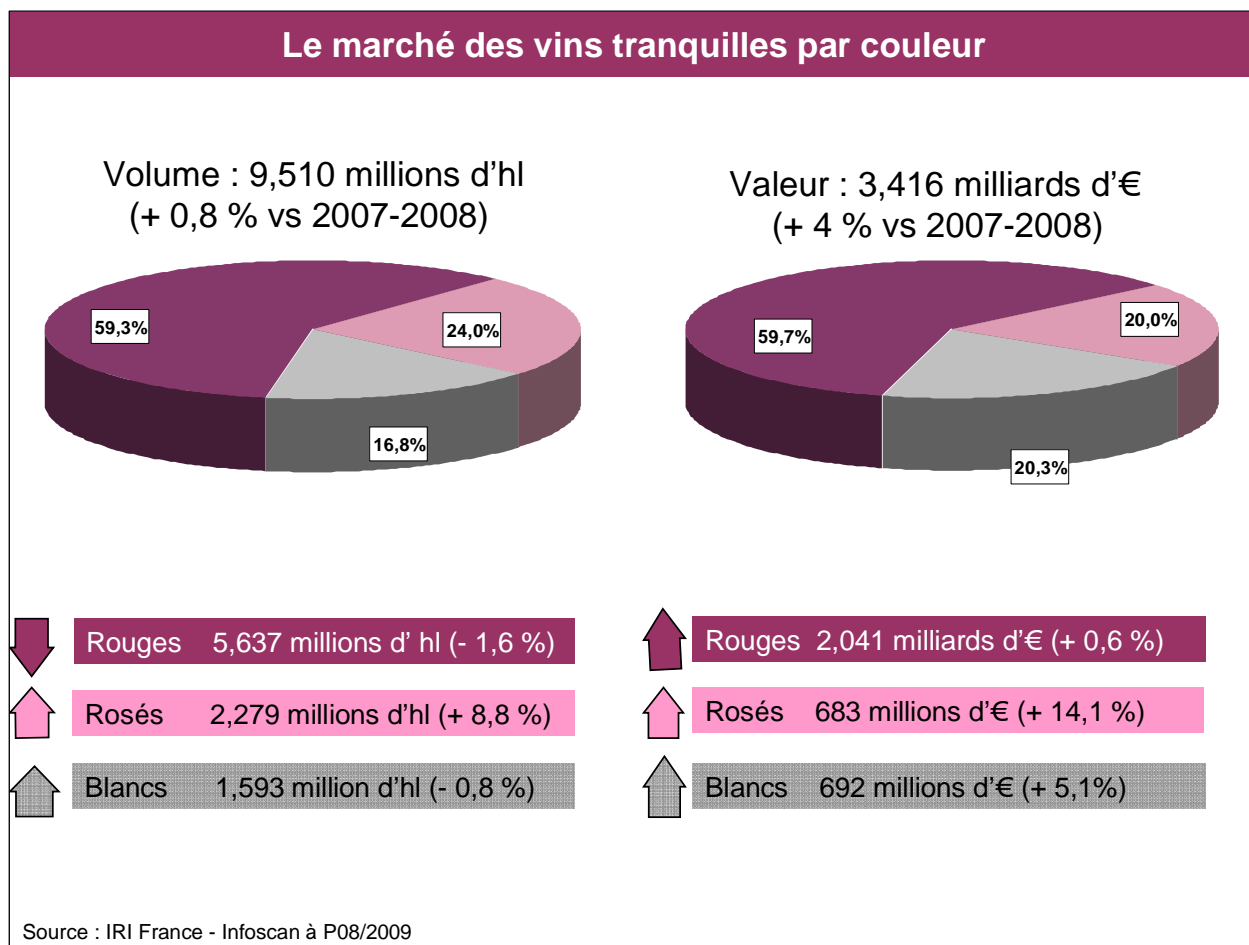
Les hypermarchés ont enregistré une augmentation des ventes de vins tranquilles : + 2,3 % en volume et + 4,2 % en valeur, par rapport à la campagne 2007/2008, et ce, dans un contexte de hausse du prix moyen de vente à 3,76 €/litre (+1,8 %).

Ces évolutions confirment le positionnement en tant que leader de ce circuit en termes de parts de marchés valeur (55,4%) et volume (58 %) du rayon vins tranquilles en grande distribution.

Avec 1 648 magasins, le parc des hypermarchés s'est doté de 60 points de ventes supplémentaires, soit une hausse de + 3,8 % par rapport à la campagne précédente.

Du côté des supermarchés, qui totalisent 5 523 magasins (soit 47 de moins qu'en 2007/2008), les ventes de vins tranquilles ont diminué en volume (-1 %), et progressé en valeur (+ 3,7 %), peut-être en raison d'une hausse du prix moyen de + 4,7 % à 3,38 €/litre.

## Le marché des vins tranquilles par couleur



La répartition par couleur des ventes de vins tranquilles en grande distribution conserve les mêmes proportions qu'au cours des campagnes précédentes : environ 60 % des ventes en volume comme en valeur pour les vins rouges, 24 % des ventes en volume et 20 % en valeur pour les vins rosés, et enfin 17 % des ventes en volume et 20 % des ventes en valeur pour les vins blancs.

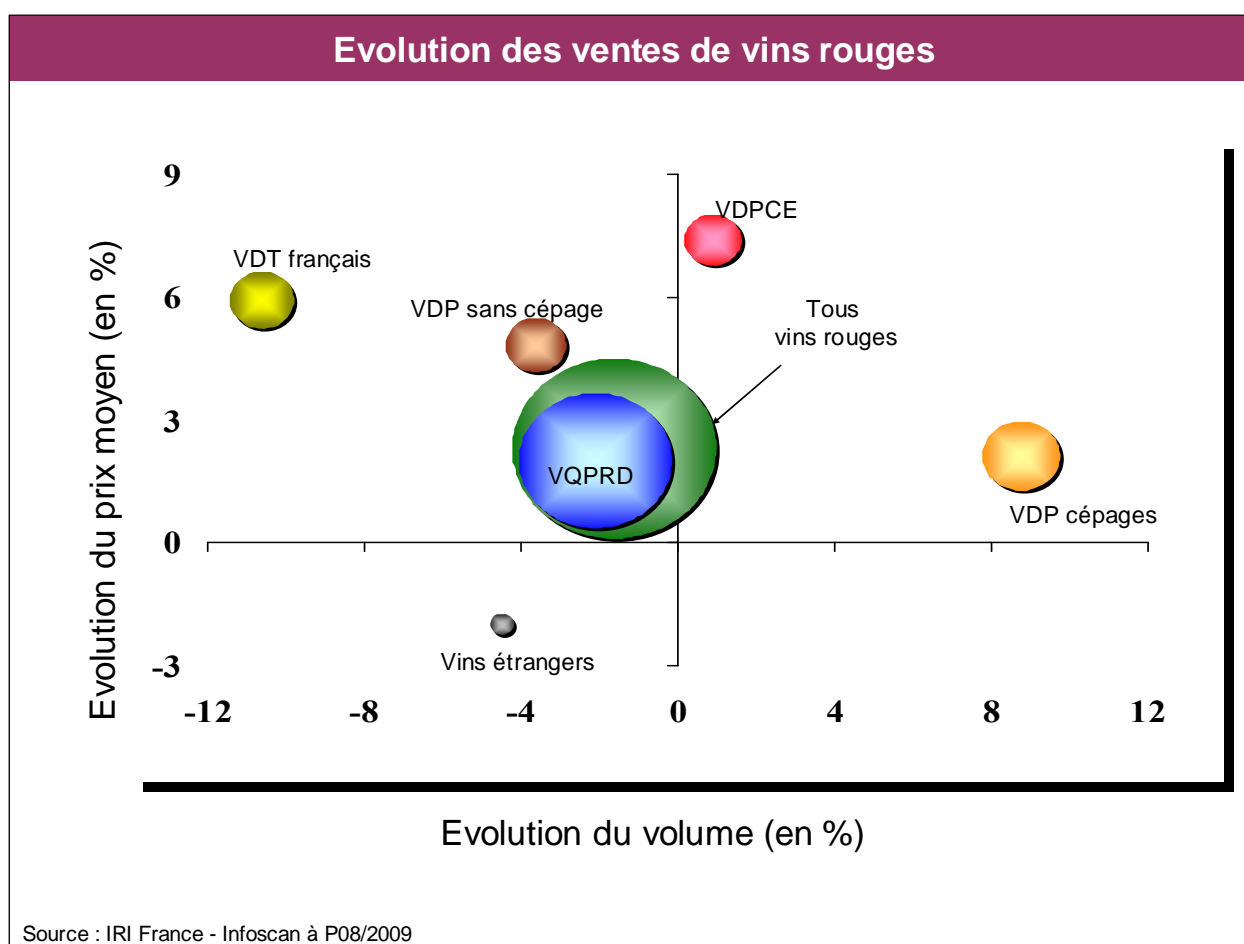
En valeur, les trois couleurs de vins tranquilles progressent pendant cette campagne, en raison d'une hausse du prix moyen €/litre global de + 3,1 %. En revanche, seul le rosé affiche un résultat positif sur les volumes, avec une augmentation de + 8,8 % de ses ventes.

## Les vins rouges

Pendant la campagne 2008/2009, les ventes de vins rouges en grande distribution ont représenté 5,637 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 2,041 milliards d'euros (soit une baisse de - 1,6 % en volume et une hausse de + 0,6 % en valeur), ces variations s'inscrivant dans un contexte de prix moyen en hausse de + 2,3 % à 3,62 €/litre.

Pour cette couleur de vin, toutes les catégories affichent un recul des ventes, en volume comme en valeur, sauf les vins de pays dont 1,343 millions d'hectolitres sont commercialisés en 2008/2009 (+ 3,5 %) pour un résultat de 275,4 millions d'euros (+ 7,9 %).

*(VDP de cépages = + 8,8 % en volume de vente par rapport à la campagne précédente ; VDPCE = + 0,9 % ; VDP standard = - 3,6 %)*



## Les vins rosés

Pendant la campagne 2008/2009, les ventes de vins rosés en grande distribution ont représenté 2,279 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 683,3 millions d'euros, soit une nette hausse en volume (+ 8,8 %) et en valeur (+ 14,1 %) par rapport à la campagne précédente.

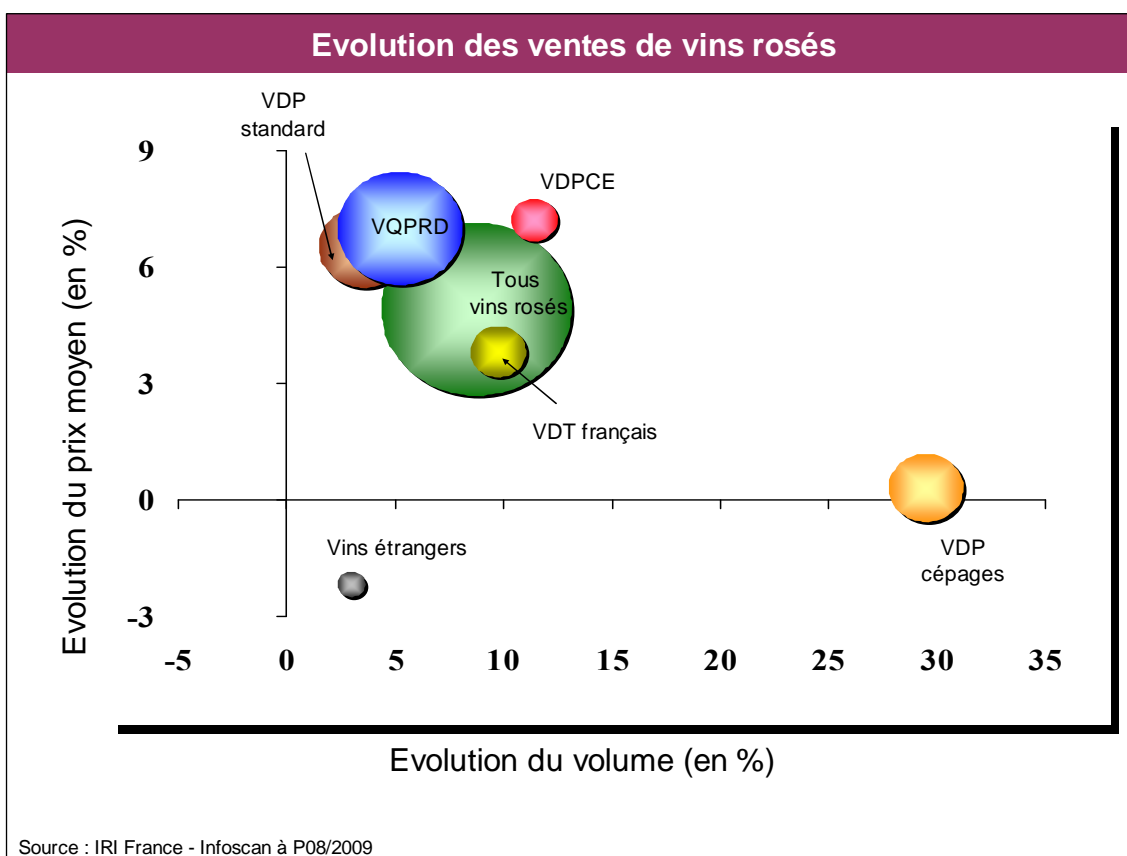
La progression des ventes concerne toutes les catégories de vins rosés, mais la plus significative concerne les vins de pays avec + 12,7 % en volume, à 893 milliers d'hectolitres, et + 17,7 % en valeur, à 206,8 millions d'euros.

Les ventes de vins de table rosés réalisent également de bonnes performances avec 10,5 % de volume supplémentaire et une hausse de + 15,8 % en valeur. L'évolution du prix moyen €/litre, par rapport à la campagne précédente, varie entre -2,2 % (à 2,62 €/litre pour les vins étrangers) et + 7 % (à 4,15 €/litre pour les VQPRD).

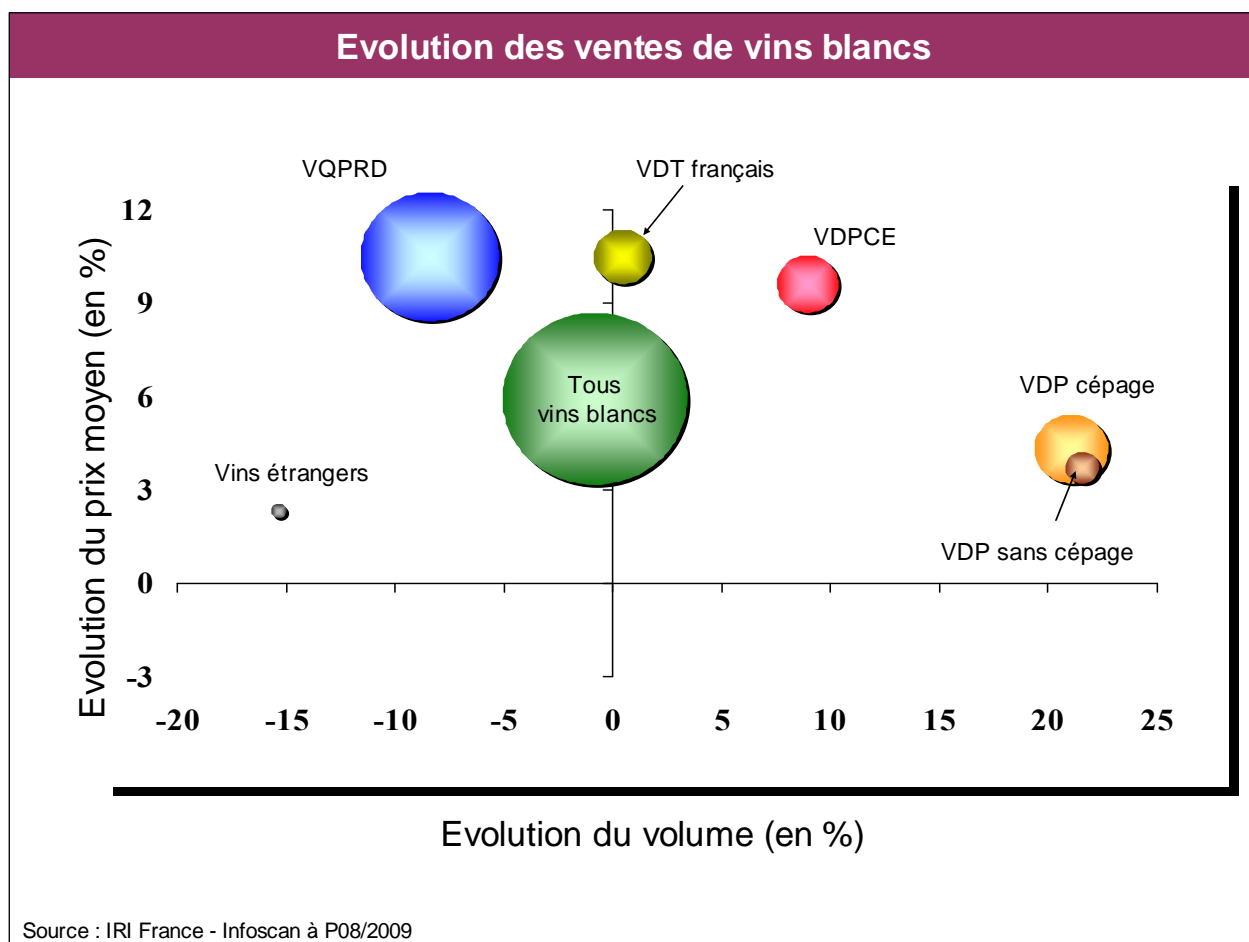
## Les vins blancs

Lors de la campagne 2008/2009, les ventes de vins blancs en grande distribution ont représenté 1,593 million d'hectolitres pour un résultat de 692,4 millions d'euros.

Comparés à la campagne précédente ces chiffres traduisent un recul des ventes en volume (-0,8 %) mais une hausse de + 5,1 % en valeur compensée par un prix moyen €/litre en augmentation de + 5,9 % à 4,35 €/litre.



De tous les vins blancs commercialisés en grande distribution, ce sont les vins de pays qui réalisent les meilleurs scores : + 21,2 % en volume et + 26,3 % en valeur. Inversement, ce sont les vins étrangers qui régressent le plus : - 15,3 % en volume de vente et - 13,3 % en valeur de vente.

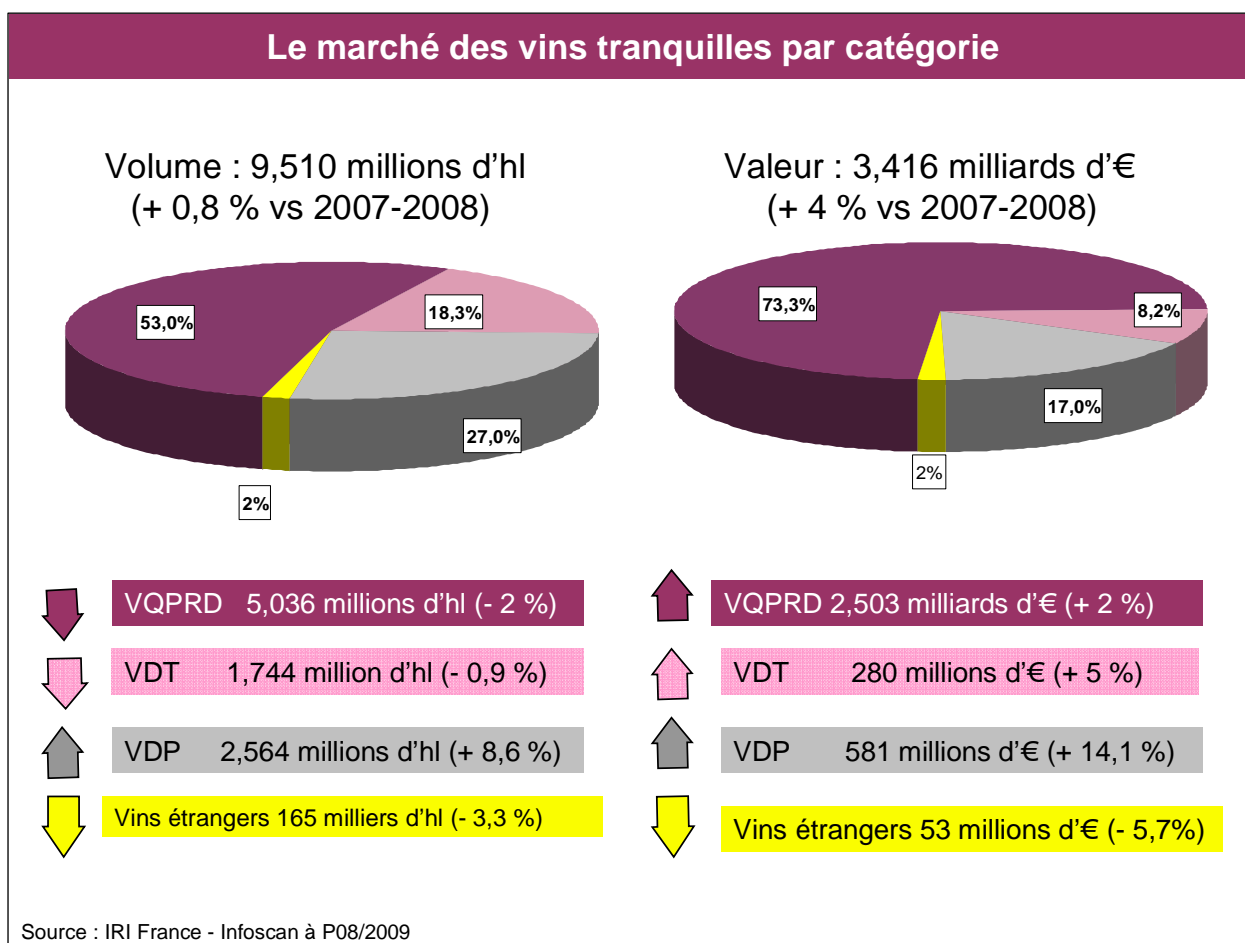




## Le marché des vins tranquilles par catégorie

Au cours de la campagne 2008/2009, pour les vins tranquilles en grande distribution, seule la catégorie des vins de pays affiche des résultats de ventes positifs en volume (2,564 millions d'hectolitres, soit + 8,6 %) et en valeur (580,9 millions d'euros soit + 14,1 %).

Pour les autres catégories, le recul des ventes en volume est compensé par la hausse du prix moyen en €/litre entraînant des résultats en valeur qui s'avèrent positifs, sauf pour les vins étrangers.



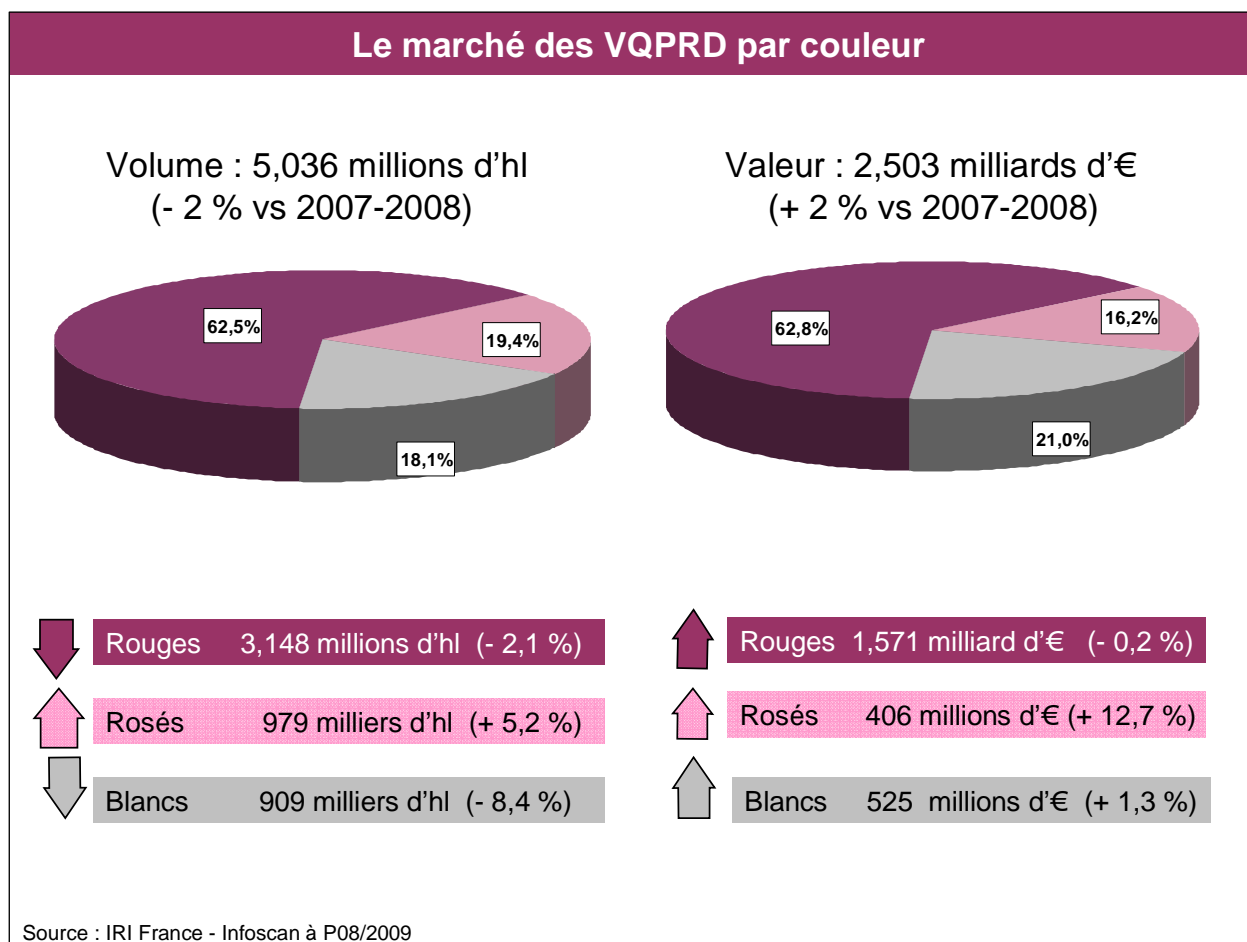
Les espaces consacrés par les différents vins tranquilles dans les linéaires ne varient pas par rapport à la campagne précédente. Ainsi, en terme d'exposition, les taux d'occupation de la campagne 2008/2009 sont de :

- 71 % pour les VQPRD
- 16 % pour les VDP (dont 7 % en VDP standard et 9 % en VDP de cépages)
- 9 % pour les VDT (dont 6 % pour les VDT France et 3 % pour les VDT CE)
- 3 % pour les vins étrangers

(NB : le linéaire indiqué est une moyenne à partir des quatre mesures réalisées en rayon – quatre fois dans l'année, on mesure le linéaire fonds de rayon).

## Le marché des VQPRD

Sous l'effet d'un prix moyen de vente en augmentation de + 4,1 % par rapport à la campagne précédente (à 4,97 €/litre), les ventes de VQPRD, en baisse de - 2 %, enregistrent un chiffre d'affaires de 2 502,6 millions d'euros, soit une hausse de + 2 % par rapport à la campagne 2007/2008.



Malgré un léger recul des ventes au cours de cette campagne (- 2,1 % en volume et -0,2 % en valeur), les vins rouges conservent la part prédominante du linéaire VQPRD (près de 63 %).

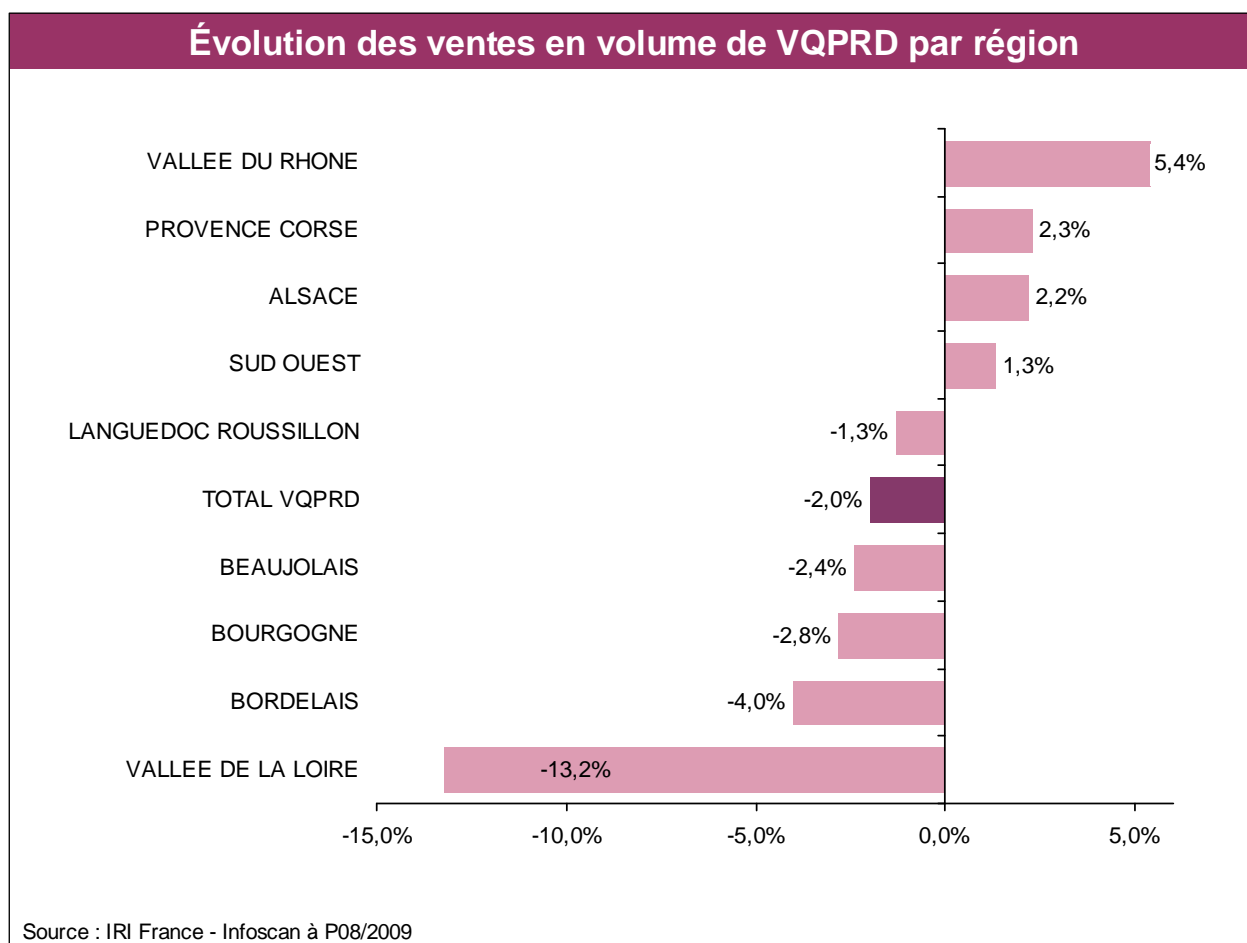
Les ventes de VQPRD blancs reculent en volume (-8,4 %), mais augmentent en valeur (+1,3%) sous l'effet du prix moyen en €/litre en hausse de + 10,5 % à 5,78 €/litre.

Quant aux VQPRD rosés, dont le prix moyen de vente se situe à 4,15 €/litre, leurs ventes progressent à la fois en volume (+ 5,2 %) et en valeur (+ 12,7 %).

Des tableaux détaillés se rapportant aux bilans des ventes des VQPRD par couleurs, circuits, bassins de production et appellations, se trouvent en annexes.

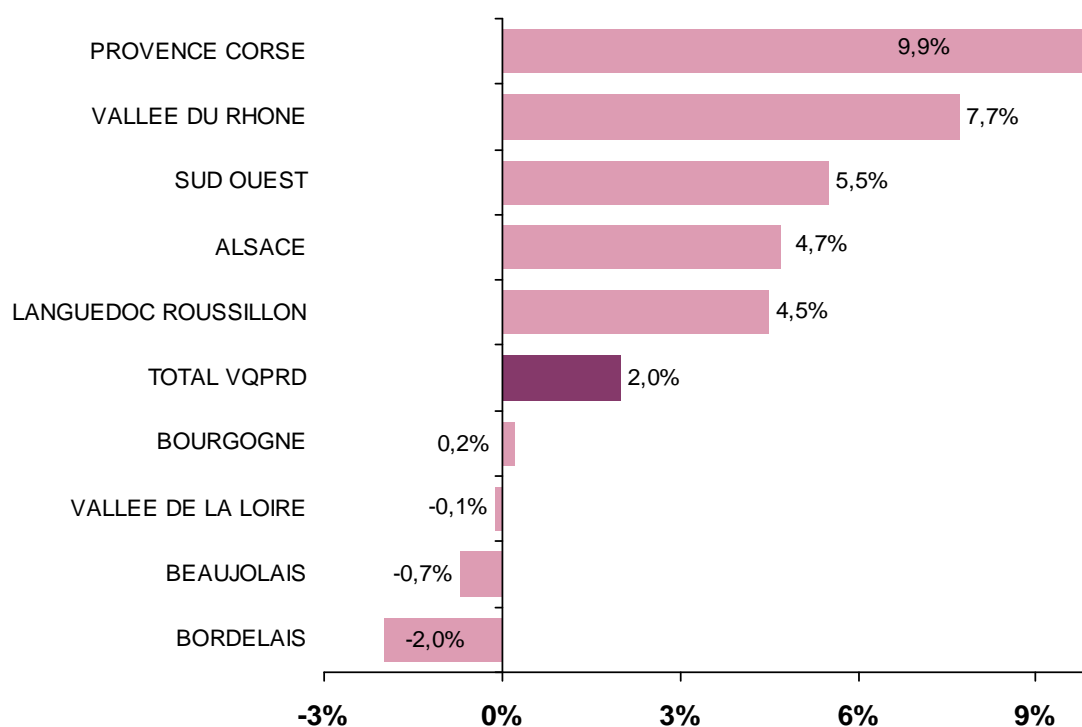
## Les ventes de VQPRD par bassins de production

Toutes couleurs confondues, on observe un recul des ventes en volume dans plus de la moitié des bassins de production VQPRD au cours de la campagne 2008/2009. Sur cette mesure, les évolutions les plus significatives concernent la Vallée du Rhône (+ 5,4 %) et la Vallée de la Loire (- 13,2 %).



En termes de valeur, en revanche, la tendance est plutôt à la hausse. Ainsi, les ventes ont fortement progressé dans les bassins de production VQPRD de la Provence-Corse (+ 9,9%), de la Vallée du Rhône (+ 7,7 %) ou encore du Sud-Ouest (+ 5,5 %).

## Évolution du chiffre d'affaires VQPRD par région



Source : IRI France - Infoscan à P08/2009

Ces évolutions s'inscrivent dans un contexte de hausse globale du prix moyen en €/litre compris entre + 1,7 % pour le Beaujolais et + 15,1 % pour la Vallée de la Loire.

Au cours de la campagne 2008/2009, plus de la moitié de l'espace consacré aux VQPRD dans les linéaires de la grande distribution est occupé par les AOC des bassins du Bordelais (32,8%), de la Vallée du Rhône (13,6 %) et de la Vallée de la Loire (11,8 %).

Les taux d'occupation des autres bassins avoisinent les 10 % pour le Sud-Ouest, 8 % pour le Languedoc Roussillon, 7 % pour la Bourgogne et la Provence-Corse, 5% pour l'Alsace, et enfin 3 % pour le Beaujolais

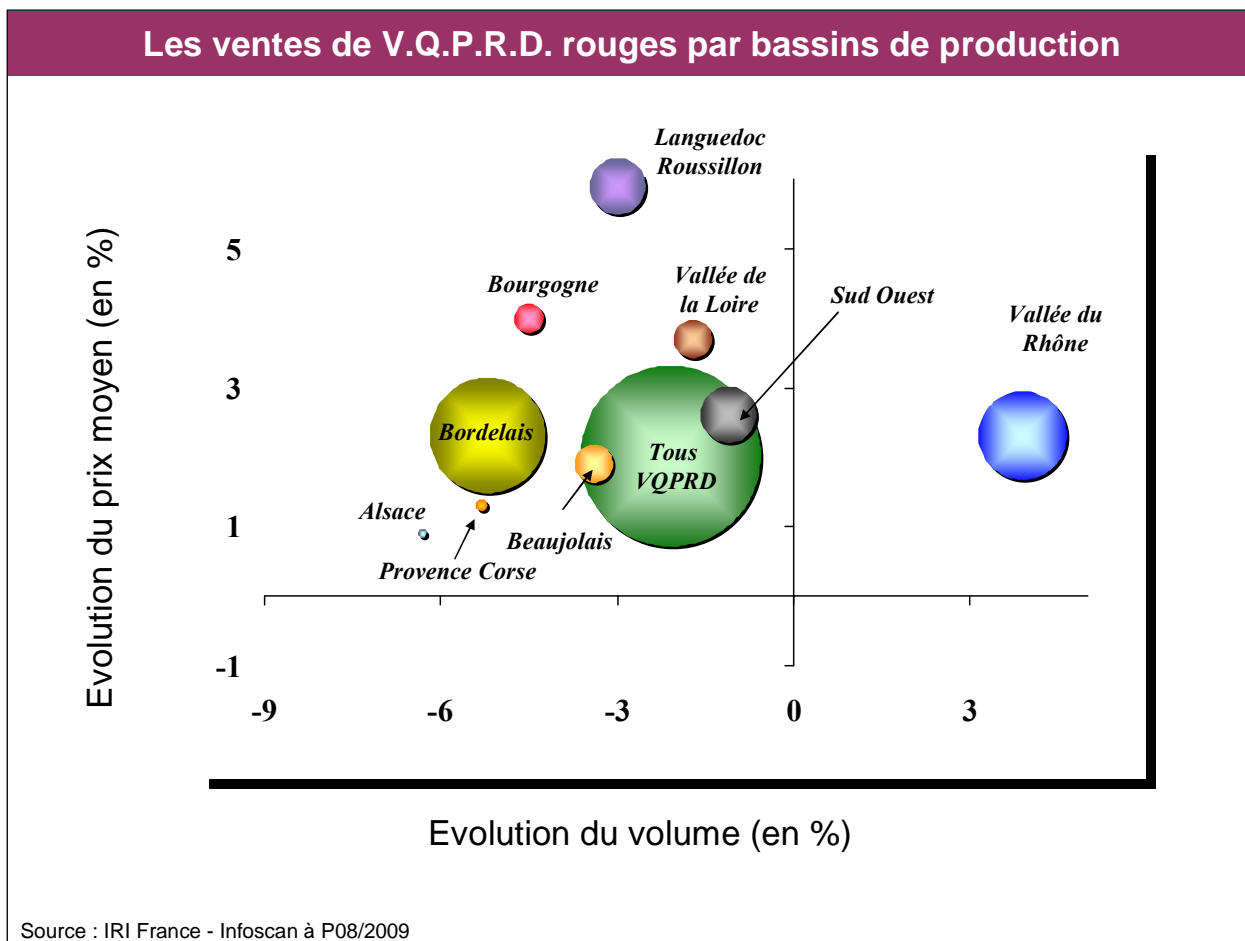
### Les ventes de VQPRD rouges par bassins de production

Les ventes de VQPRD rouges reculent pendant la campagne 2008/2009 : - 2,1 % en volume et - 0,2 % en valeur par rapport à la campagne précédente, ceci dans un contexte de hausse du prix moyen de vente €/litre (+ 2 %).

Tous les bassins de production sont concernés par la baisse des volumes commercialisés, à l'exception de la Vallée du Rhône en hausse de + 3,9 % par rapport à la campagne précédente.

En terme de chiffre d'affaires, la situation est plus contrastée, avec des variations comprises entre - 4 % pour la Provence-Corse et + 6,3 % pour la Vallée du Rhône, par rapport à la campagne précédente.

Ainsi, au cours de la campagne 2008/2009, la vallée du Rhône est le bassin dont les ventes progressent le mieux sur le linéaire VQPRD rouges où leurs parts de marchés atteignent désormais 24,6 % en volume et 18,7 % en valeur.

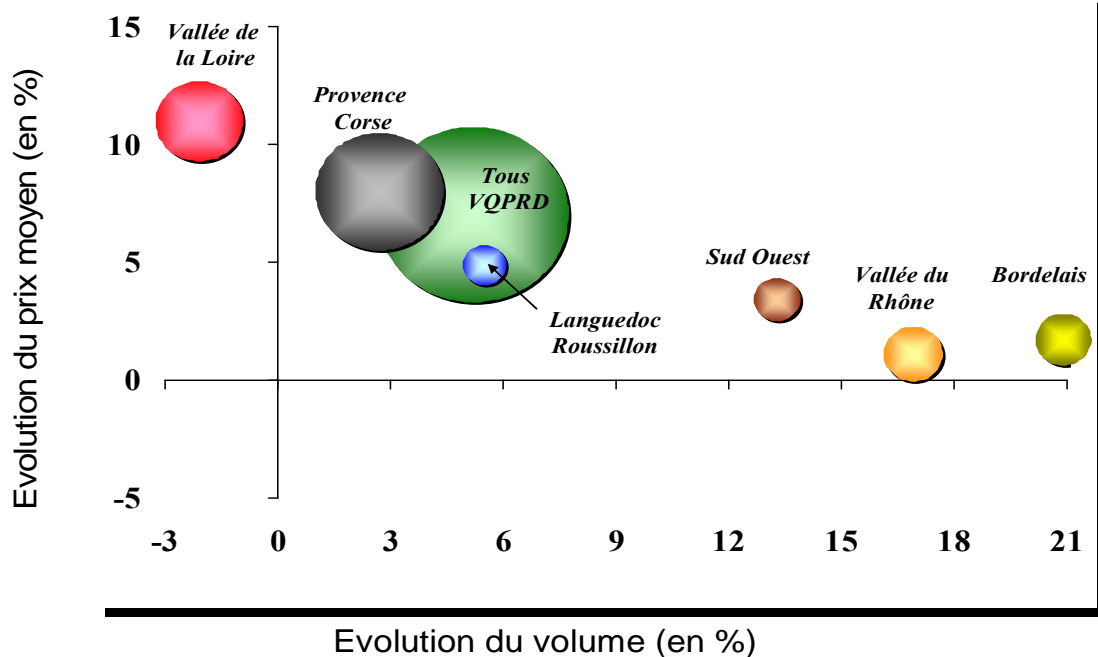


Les résultats des différents bassins sont détaillés dans des tableaux disponibles en annexe.

### Les ventes de VQPRD rosés par bassins de production

Pendant la campagne 2008/2009, les ventes de VQPRD rosés en grande distribution se développent : + 5,2 % en volume (à 979 milliers d'hectolitres) et + 12,7 % en valeur (à 406,3 millions d'euros), ceci dans un contexte de hausse du prix moyen €/litre de +7 %.

## Les ventes de V.Q.P.R.D. rosés par bassins de production



Source : IRI France - Infoscan à P08/2009

Dans le linéaire VQPRD rosé, les bassins de production Provence Corse et Vallée de la Loire représentent toujours plus de deux tiers des ventes en volume comme en valeur.

Au final, et hormis un recul en vallée de la Loire (-2,1 % sur les ventes en volume), les résultats s'orientent à la hausse pour l'ensemble des bassins de production de VQPRD rosés.

## Les ventes de VQPRD blancs par bassins de production

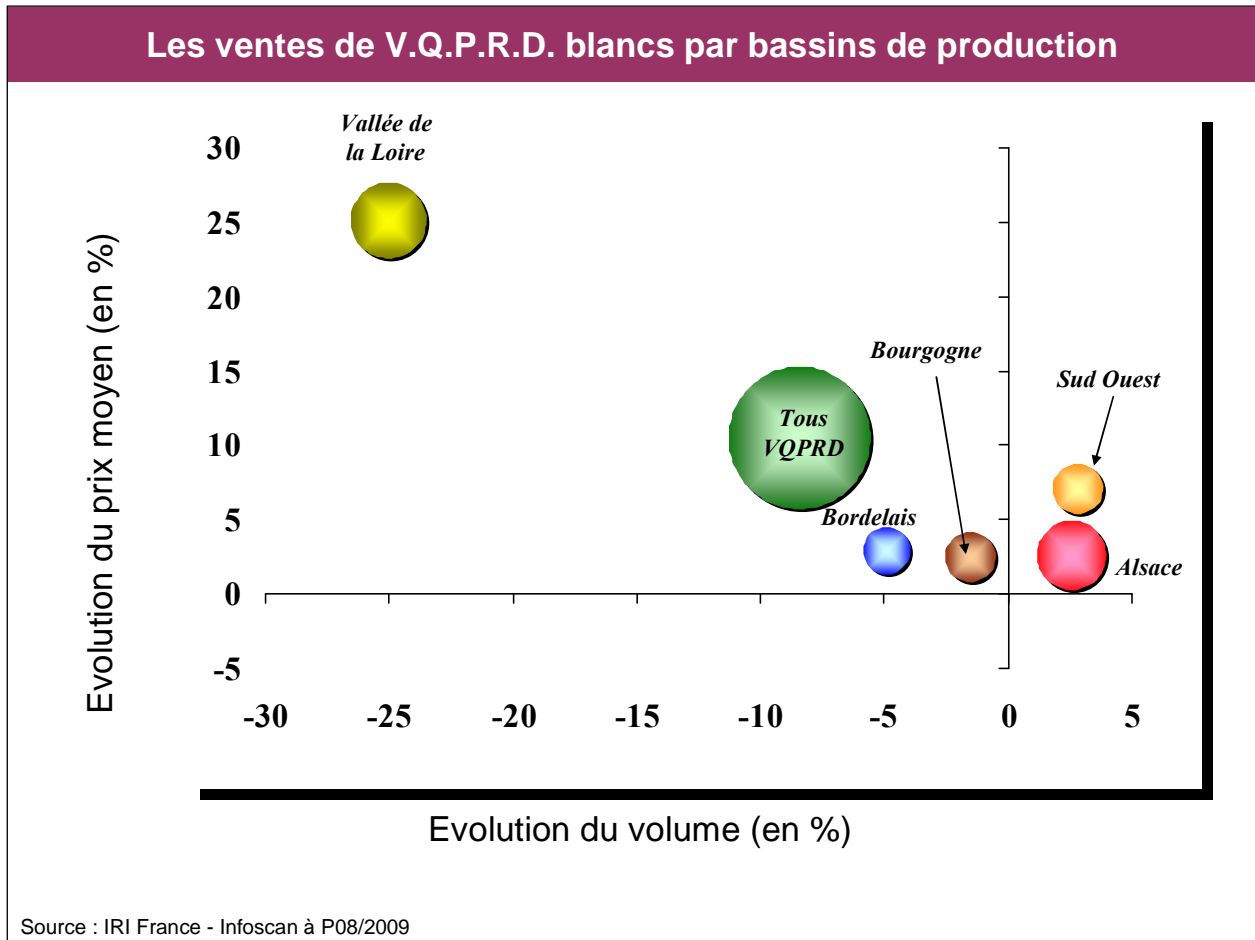
Pendant la campagne 2008/2009, les ventes de VQPRD blancs en grande distribution représentent 909 milliers d'hectolitres, soit un recul de - 8,4 % par rapport à la campagne précédente, pour un chiffre d'affaires en hausse de + 1,3 % à 525,1 millions d'euros.

Ces évolutions s'inscrivent dans un contexte d'augmentation du prix moyen €/litre de + 10,5%.

Les résultats de la vallée de la Loire illustrent parfaitement la tendance du linéaire VQPRD blanc : 266 milliers d'hectolitres commercialisés, soit - 25 % par rapport à la campagne 2007/2008 pour un résultat correspondant de 126,1 millions d'euros (- 6,1 %) avec un prix moyen établi à 4,74 €/litre, soit en augmentation de + 25,1 %.

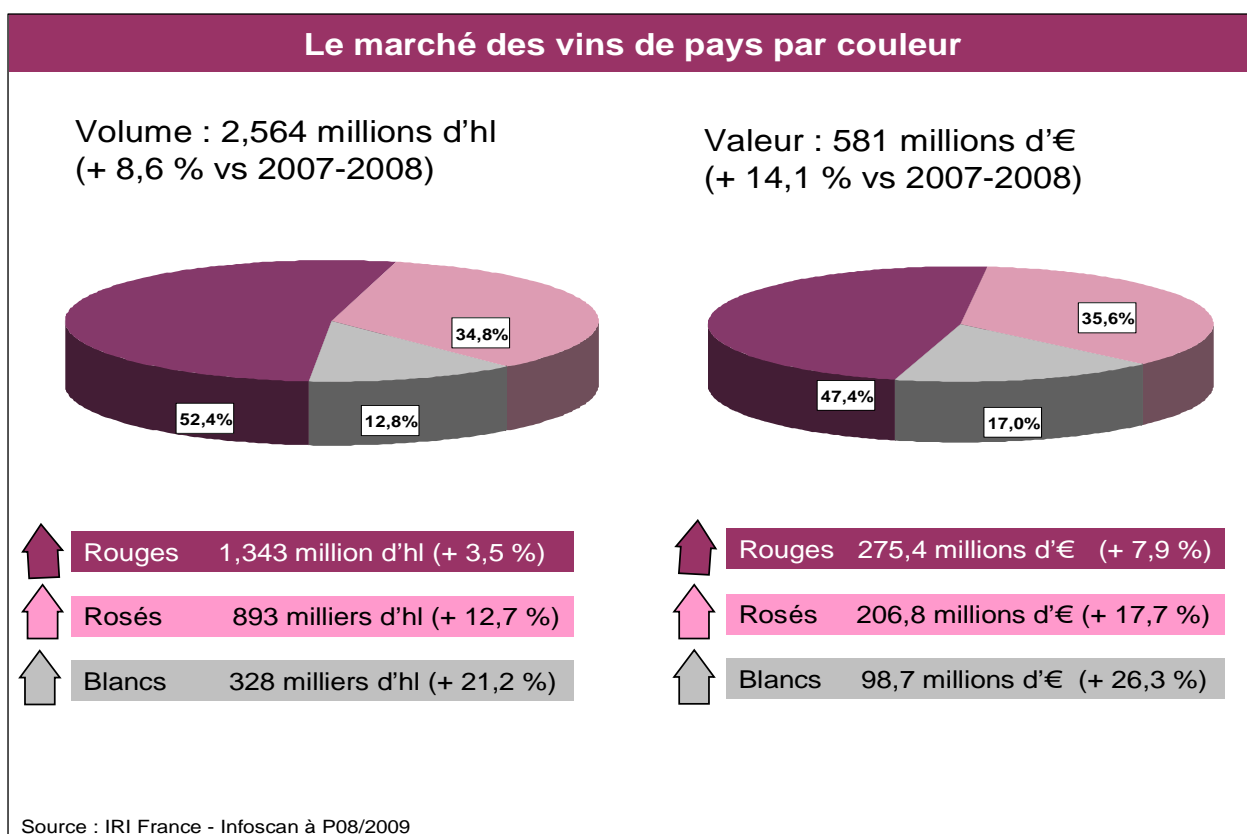
Ainsi, au cours de la campagne 2008/2009, à l'exception de l'AOC Touraine, toutes les appellations blanches de la vallée de la Loire enregistrent des reculs de leurs ventes, en volume et en valeur.

A signaler également une baisse des ventes de VQPRD blancs du bassin du Bordelais de l'ordre de - 5 % en volume et - 2 % en valeur.



## Le marché des VDP

Les ventes de vins de pays se développent pendant la campagne 2008/2009 : 2,564 millions d'hectolitres pour un chiffre d'affaires correspondant de 581 millions d'euros, soit une hausse en volume (+ 8,6 %) et en valeur (+ 14,1 %) par rapport à la campagne précédente. Ces évolutions s'inscrivent dans un contexte de hausse du prix moyen de + 5 % à 2,27 €/litre.



Toutes les couleurs des vins de pays sont concernées par la hausse des ventes.

S'agissant des catégories réglementaires, les ventes des VDP de région progressent (+ 16,8% à 1,413 million d'hl), tout comme celles des VDP de zone (+ 5,3 % à 360 000 hl) tandis que les VDP de département accusent une légère baisse de leurs ventes en volume (- 2,2 % à 791 000 hl) par rapport à la campagne 2007/2008.

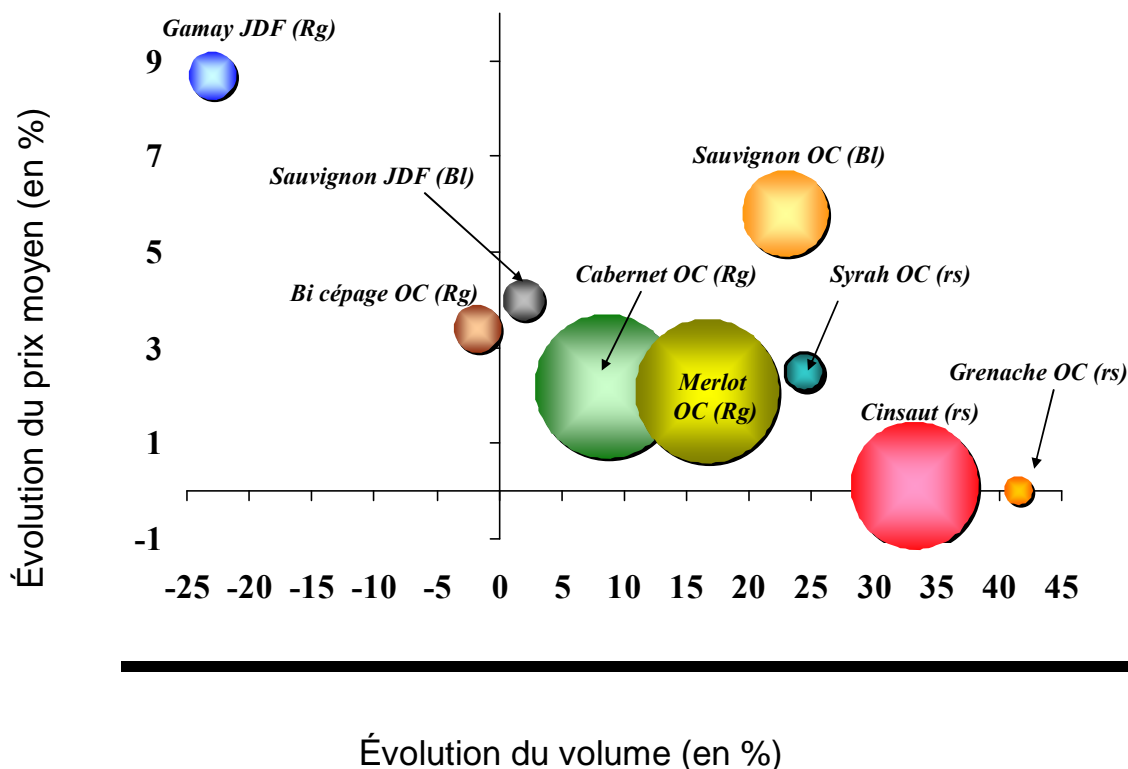
### Les ventes de vins de pays de cépage

Toutes couleurs confondues, les ventes de vins de pays de cépage totalisent 1,441 million d'hectolitres, pour un CA de 357,4 millions d'euros, ce qui correspond à une



croissance de + 15,6 % en volume et + 18,4 % en valeur par rapport à la campagne précédente.

## Les vins de pays commercialisés avec une indication de cépage



Source : IRI France - Infoscán à P08/2009

Les vins rouges pèsent 57 % dans les ventes en volume du linéaire VDP de cépage, soit 812 milliers d'hectolitres (+ 8,8 % vs 2007/2008), et 54 % dans les ventes en valeur, soit 192,3 millions d'euros (+ 11,1 %).

Ce sont les ventes de Cabernet Sauvignon et de Merlot qui font progresser cette catégorie, en volume (+8,3 % et +15,6 %) et en valeur (+10,8% et + 17,7%), contrairement aux Gamay et bi-cépages, qui affichent un recul des ventes en volume (- 7 % et - 2,1 %).

Au cours de la campagne 2008/2009, le prix moyen de vente des VDP de cépages rouges est de 2,37 €/litre, soit en hausse de + 2,1 % par rapport à la campagne précédente.

Avec 359 milliers d'hectolitres commercialisés pour un résultat de 85,9 millions d'euros, les ventes de VDP de cépages rosés augmentent de façon significative au cours de cette campagne : + 29,5 % en volume et + 29,8% en valeur par rapport à la dernière campagne.

Dans cette catégorie, les ventes augmentent de plus de 30 % en volume comme en valeur, aussi bien en Cinsault, en Syrah ou en Grenache.

Les ventes progressent également en VDP de cépages blancs : 270 milliers d'hectolitres commercialisés (+ 21,1%) pour un chiffre d'affaires de 79,3 millions d'euros (+26,3 %), avec une hausse de + 4,3 % du prix moyen de vente de par rapport à la campagne précédente, à 2,94 €/litre.

Dans cette catégorie, les deux principaux cépages réalisent de bons scores : + 23 % en volume et + 26,2 % en valeur pour les ventes de Chardonnay, tandis que les ventes de Sauvignon augmentent de + 19,5 % en volume et + 26,2 % en valeur par rapport à 2007/2008.

### **Les ventes de vins de pays sans indication de cépage**

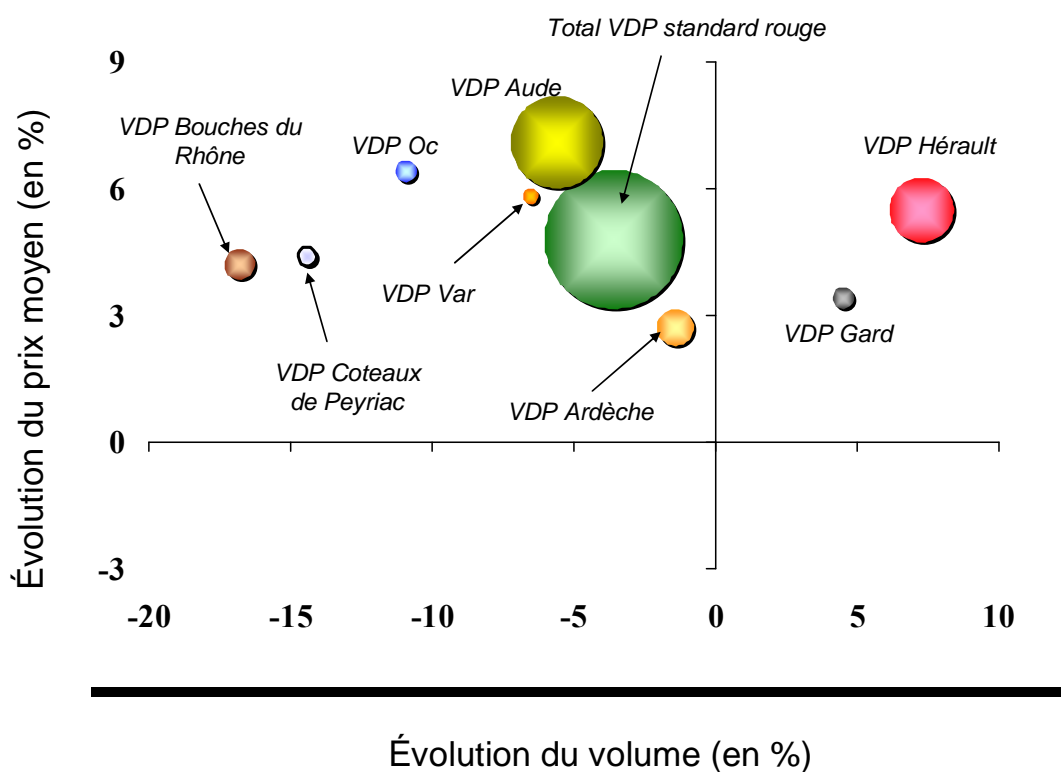
Pendant la campagne 2008/2009, les ventes de VDP sans indication de cépage représentent 1,123 million d'hectolitres pour un résultat de 223,5 millions d'euros. Ces chiffres reflètent une hausse en volume (+0,8 %) et en valeur (+ 7,8 %) par rapport à la campagne précédente, et ce dans un contexte de hausse du prix moyen de vente de + 6,9 % à 1,99 €/litre.

Si, dans cette catégorie, les volumes commercialisés en rouges et en rosés sont très proches, (respectivement 530 et 534 milliers d'hectolitres), les évolutions retiennent cependant l'attention : - 3,6 % pour les rouges, qui semblent se reporter sur les rosés qui affichent + 3,6 % de ventes supplémentaires.

En terme de valeur, les rosés progressent de + 10,3 % par rapport à la campagne précédente (à 121 millions d'euros), contre +1 % pour les vins rouges.

Dans la catégorie des **VDP sans cépage rouges**, les VDP de l'Aude détiennent 44,5 % de part de marché volume, soit 236 mhl commercialisés au cours de cette campagne, (- 5,6 % par rapport à la campagne précédente), pour un résultat en hausse de + 1,1 % résultant sans doute de la hausse de + 7,1 % du prix moyen de vente à 1,18 €/litre.

## Les vins de pays rouges commercialisés sans indication de cépage



Source : IRI France - Infoscan à P08/2009

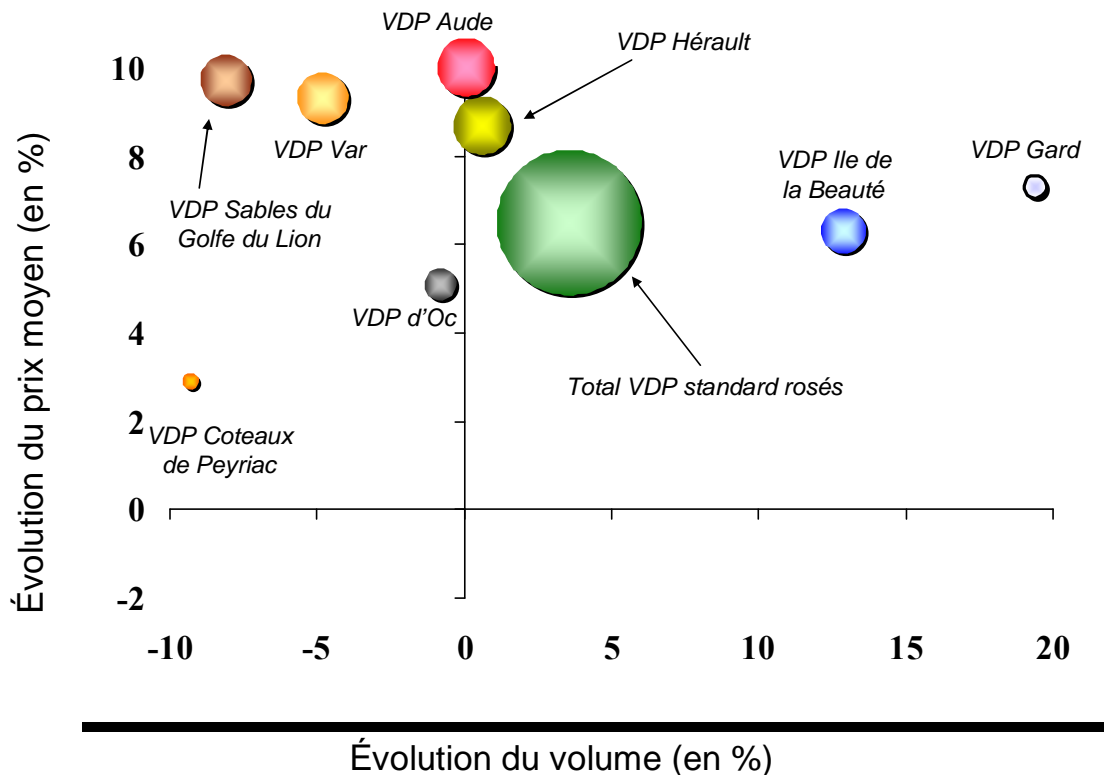
Pour leur part, les ventes VDP de l'Hérault (22 % de PDM volume) progressent de + 7,3 % en volume et + 13,2 % en valeur.

Dans la catégorie des **VDP sans cépage rosés**, les ventes de VDP de l'Hérault et de l'Aude progressent peu en volume (+ 0,6 % et + 0,1 %) mais davantage en valeur (+ 9,3 % et + 10,1 %).

Les ventes de VDP du Var et des Sables du Golfe du Lion, (12 % de PDM volume chacun) reculent respectivement de - 4,8 % et - 8,1 %.

Exception faite des VDP des Coteaux de Peyriac (- 6,7 %), les différentes dénominations de VDP sans cépage rosés enregistrent des chiffres d'affaires positifs (entre +0,8 % pour les VDP des Sables du Golfe du Lion et + 28,2 % pour les VDP du Gard).

## Les vins de pays rosés commercialisés sans indication de cépage



Source : IRI France - Infoscan à P08/2009

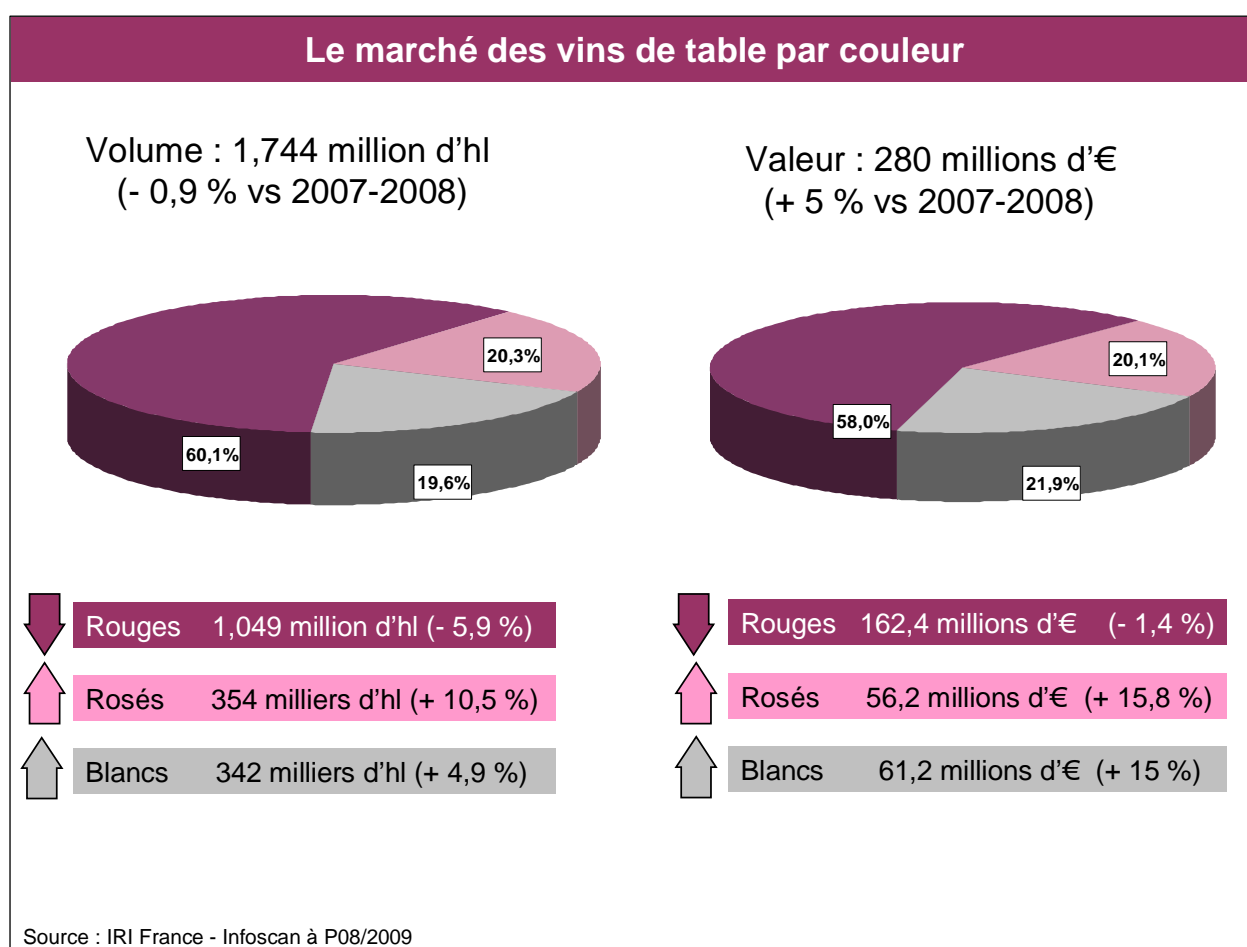
Enfin, les **VDP sans cépage blancs**, qui pèsent 5 % sur les ventes en volume et 9 % en valeur, progressent à raison de + 21,6 % sur les ventes volume et + 26 % sur les ventes valeur par rapport à la campagne précédente.

Dans cette catégorie, les VDP des Côtes de Gascogne détiennent 39 % de la part de marché des volumes commercialisés, et 47 % de la part de marché valeur correspondante.

## Le marché des VDT

Pendant la campagne 2008/2009, les ventes de vins de table en grande distribution représentent 1,744 million d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 280 millions d'euros.

Ces chiffres traduisent un recul en volume de -0,9 % et une hausse en valeur de + 5 % par rapport à la campagne précédente, dans un contexte d'augmentation du prix moyen de vente de + 6 % à 1,60 €/litre.



Ce sont les vins rouges qui entraînent le marché des vins de table à la baisse.

En effet, cette catégorie, qui détient 60 % de part de marché volume et 58 % en valeur, affiche pour la campagne 2008/2009 un résultat de 162,4 millions d'euros pour 1,049 million d'hl commercialisés, ce qui signifie un recul des ventes de -5,9% en volume et -1,4% en valeur par rapport à la campagne précédente.

S'agissant des vins de table rosés et blancs, leurs ventes se développent en volume comme en valeur, avec des hausses respectives de leurs prix moyens de + 4,8 % (à 1,59 €/litre) et +9,6% (à 1,79 €/litre).

### **Les ventes de vins de table français**

Avec 952 milliers d'hectolitres commercialisés pour un résultat de 179,1 millions d'euros pour cette campagne 2008/2009, les ventes de vins de table français reculent en volume (- 5,1 %) et progressent légèrement en valeur (+0,7 %) par rapport à la campagne précédente, ceci dans un contexte d'augmentation du prix moyen de vente de + 6,1 % à 1,88 €/litre.

En terme de couleurs, seuls les ventes de vins de table français rouges s'orientent à la baisse : - 10,6 % en volume par rapport à la campagne 2007/2008 et - 5,3 % en valeur.

On observe également, au cours de cette campagne, que les ventes diminuent dans les différents types de conditionnement, sauf en cubitainer (+1,5 % en volume et + 7,1 % en valeur) et en bag in box.

Le bag in box confirme ainsi sa progression avec 214 mhl commercialisés au cours de cette campagne, soit une hausse en volume de + 21,6 % et en valeur de + 25 %.

### **Les ventes de VDPCE**

Toutes couleurs confondues, les ventes de VDPCE progressent au cours de la campagne 2008/2009 : + 4,6 % en volume (à 793 mhl) et + 13,6 % en valeur (à 100 millions d'euros) avec un prix moyen établi à 1,60 €/litre, soit en hausse de + 8,6 % par rapport à la campagne précédente.

Contrairement aux VDT français, la hausse des ventes de VDPCE se confirme avec tous les conditionnements, à l'exception du litre consigné.

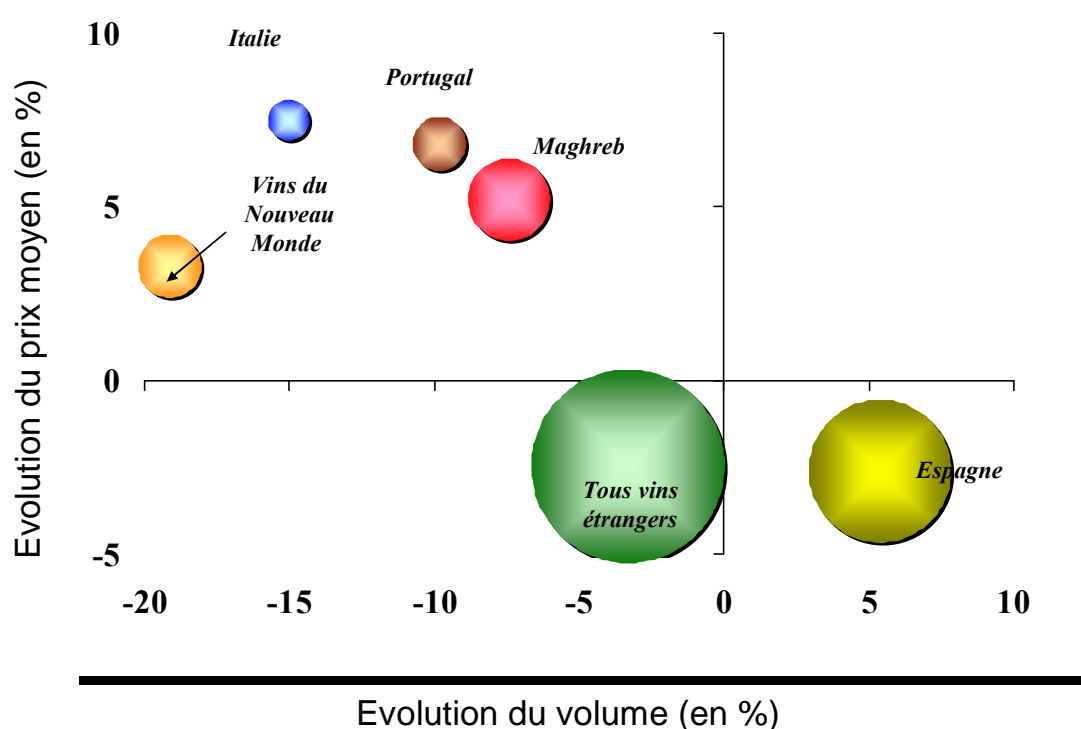
## **Le marché des vins étrangers**

---

Pour la campagne 2008/2009, les ventes de vins étrangers en grande distribution représentent 165 milliers d'hectolitres pour un chiffre d'affaires de 53,1 millions d'euros, soit une baisse des ventes en volume (- 3,3 %) mais aussi en valeur (- 5,7 %) par rapport à la campagne précédente.

Ces évolutions s'inscrivent dans un contexte de réduction du prix moyen de vente à 3,21 €/litre soit - 2,5 % par rapport à la campagne 2007/2008.

## Les ventes de vins étrangers



Source : IRI France - Infoscan à P08/2009

Ce sont les vins étrangers blancs qui enregistrent les plus fortes baisses (- 15,3 % en volume commercialisé et -13,3% en valeur) avec un prix moyen établi à 3,21 €/litre (- 2,5 %). Ce segment représente à peine 9 % de la part de marché volume des vins étrangers commercialisés en grande distribution pendant la campagne 2008/2009.

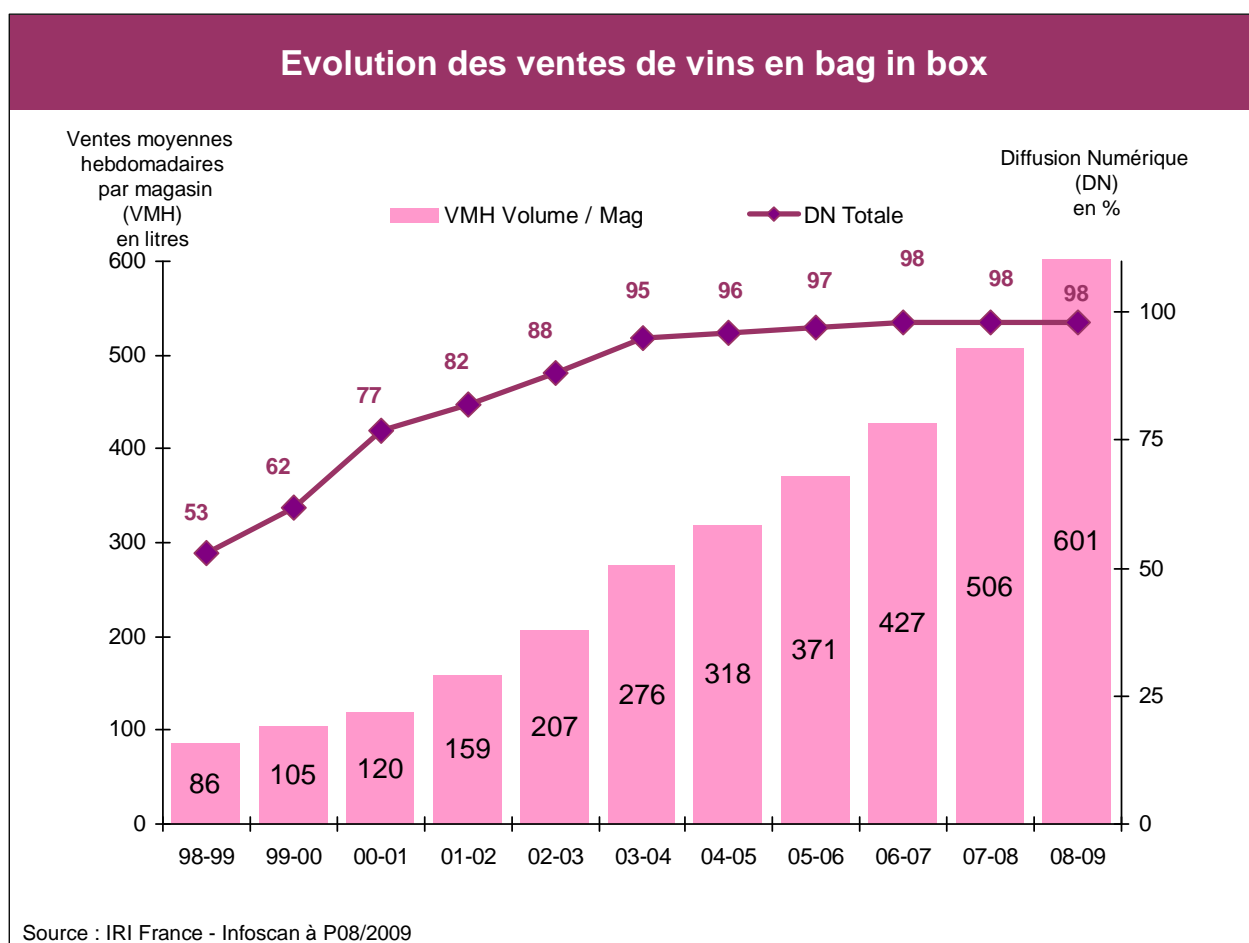
Les vins espagnols représentent 54,4 % des vins commercialisés dans le linéaire vins étrangers (soit 90 mhl), ceux du Maghreb 19,6 %, et ceux du nouveau monde 11,4 %.

Pendant cette campagne, seules les ventes de vins étrangers d'origine espagnole progressent en volume (+ 5,4 %) et en valeur (+ 2,7 %).

Des tableaux détaillés des ventes de vins étrangers par couleur, par circuit de distribution et par pays d'origine se trouvent en annexes.

## Les ventes par type de conditionnement

Toutes catégories, couleurs et origines de vins tranquilles confondues, le seul type de conditionnement dont les ventes progressent en volume et en valeur au cours de la campagne 2008/2009 est le Bag in Box : 2,191 millions d'hl commercialisés (+ 18,1 %) pour un chiffre d'affaires de 496,9 millions d'euros, en hausse de + 21,8 % par rapport à la campagne précédente.

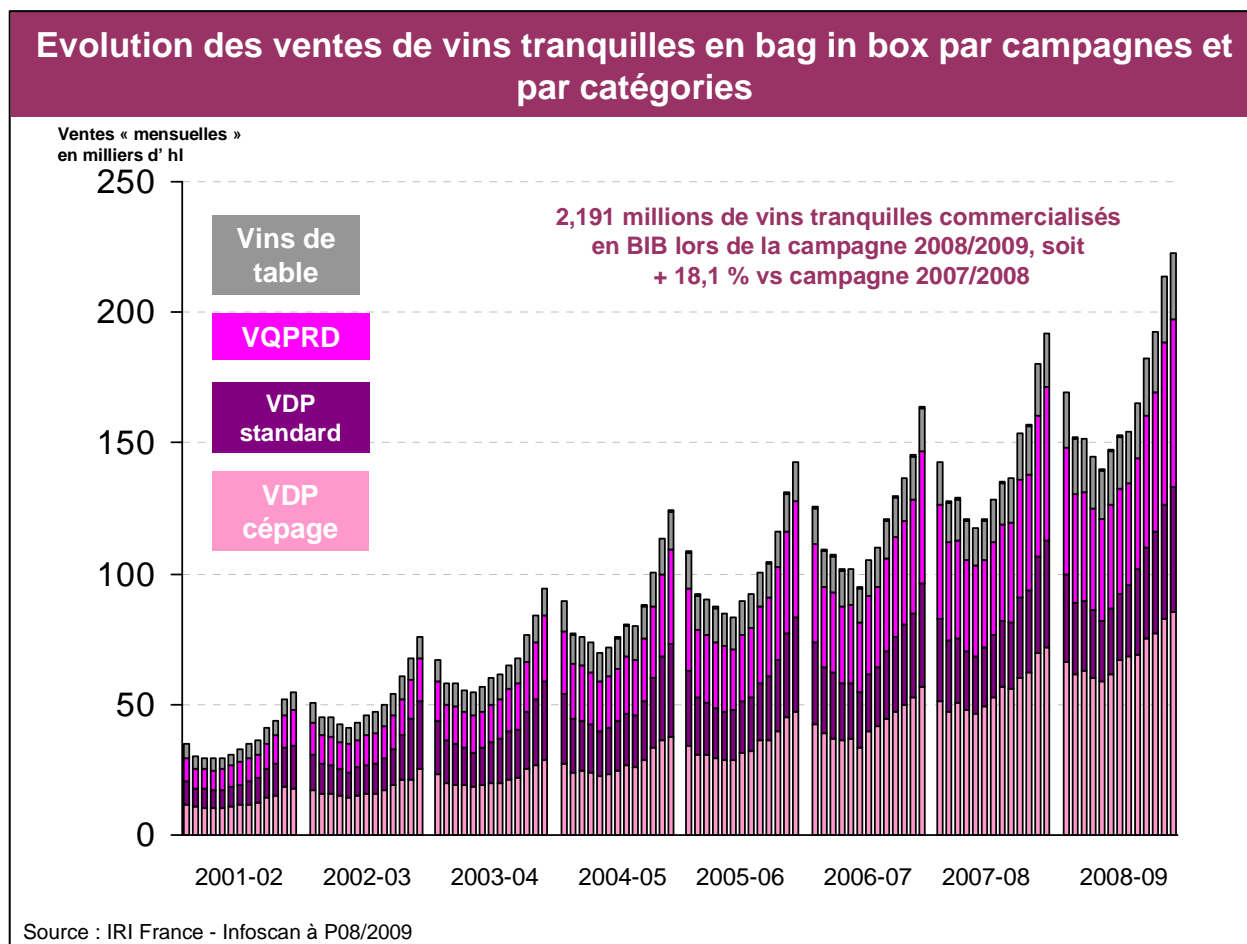


Comme l'indique le graphique ci-dessus, le développement du bag in box se poursuit, campagne après campagne.

Les ventes moyennes hebdomadaires par magasin atteignent 601 litres au cours de cette campagne, contre 81 litres en 1998/1999, et le pourcentage de magasins proposant ce type de conditionnement dans les linéaires (mesuré par la Diffusion Numérique) est passé de 53 en 1998/1999 à 98 pour la campagne 2008/2009.



Par ailleurs, on observe que le prix moyen de vente du Bag in Box, établi à 2,27 €/litre pour cette campagne, est celui qui progresse le moins (+ 3,1% vs campagne 2007/2008).



Le graphique ci-dessus illustre la progression des ventes en bag in box dans toutes les catégories.

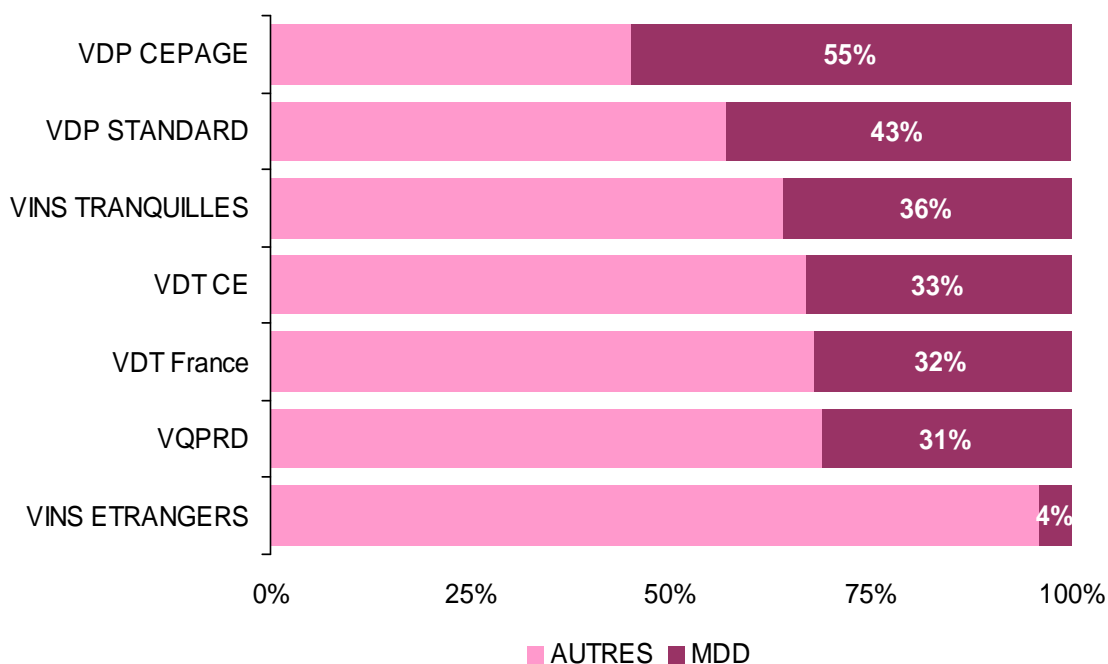
S'agissant des autres conditionnements, les ventes en bouteille verre perdu 75 cl (62 % des volumes commercialisés en grande distribution) régressent de -3,5 % en volume, celles en litre verre perdu de - 8,2%, celles en bouteille plastique de - 2,2 %, et enfin les ventes en cubitainer (7,5% en PDM volume) diminuent de - 1,3 % par rapport à la campagne précédente.

Le prix moyen de vente est quant à lui en hausse quelque soit le type de conditionnement, allant de + 3,1 % pour le Bag in Box à + 30,3 % pour la Brique, par rapport à la campagne 2007/2008.

## Les ventes sous 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 INFOSCAN, comme des MDD et ceci que le nom de l'enseigne figure ou non sur l'étiquette.

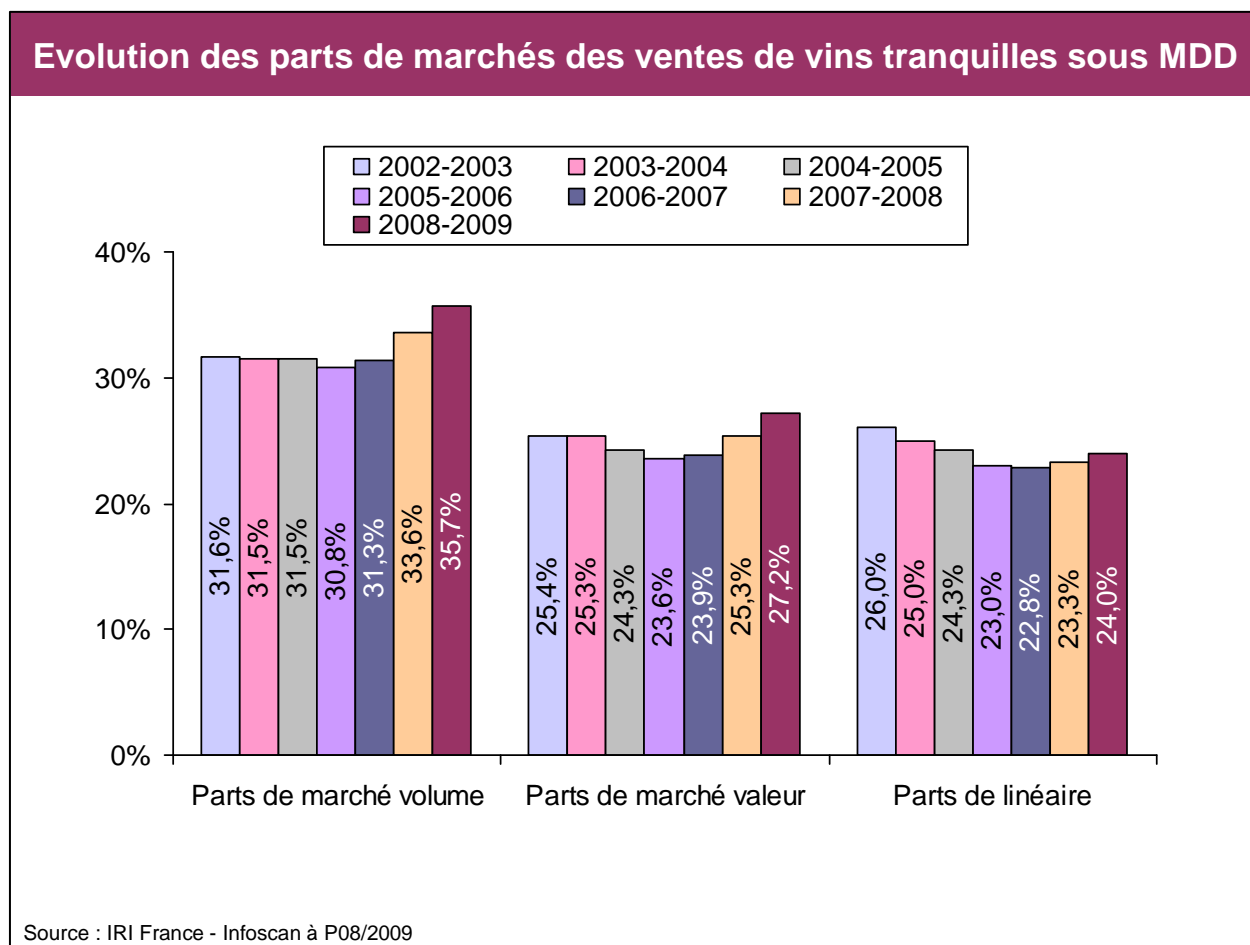
### Parts de marché volume des ventes sous MDD – campagne 2008/2009



Source : IRI France - Infoscan à P08/2009

Pendant la campagne 2008/2009, les ventes sous MDD représentent 36 % du volume total des ventes de vins tranquilles, soit 3,397 millions d'hectolitres (+7,2 % par rapport à la campagne précédente) pour un chiffre d'affaires de 927,7 millions d'euros (+11,6 %).

Les volumes commercialisés sous MDD augmentent de façon significative en vins rosés (+ 17,1 %) mais aussi en rouges (+ 5,4 %) et en blancs (+ 0,1 %), et cette hausse se confirme également dans toutes les catégories.

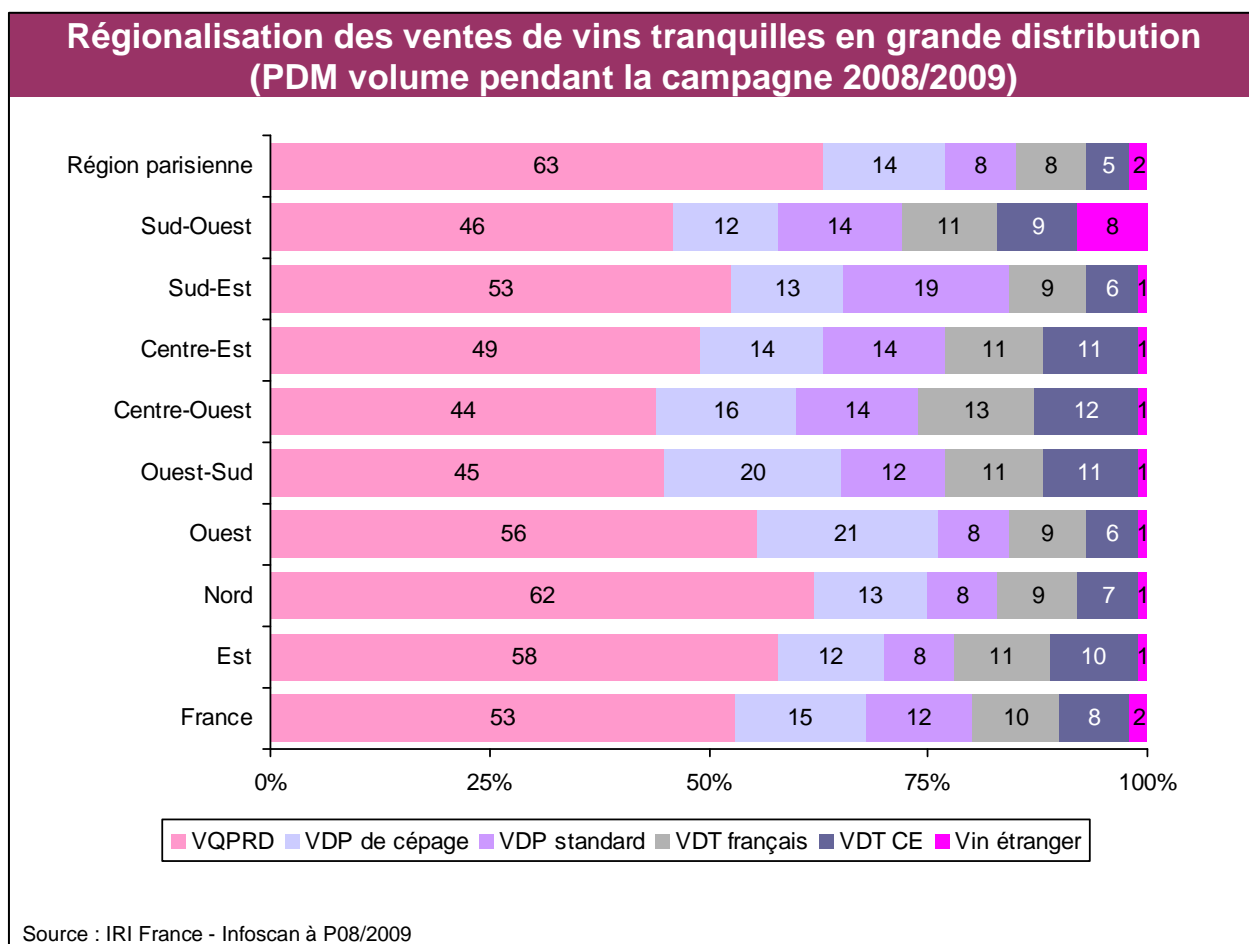


En terme de part de marché volume par couleur, les vins rouges représentent près de 56 % des ventes sous MDD, contre 26 % pour les rosés et 18 % pour les blancs. Par catégorie, ce sont les VQPRD qui pèsent le plus avec 46 % de PDM volume, suivis des VDP de cépage (23%), des VDP standards (14 %), des VDT français (9 %) et des VDPCE (8 %).

Le prix moyen de vente, quant à lui, augmente dans tous les segments de ce marché, avec des répercussions positives sur tous les résultats en valeur.

## Régionalisation des ventes de vins tranquilles

Au cours de cette campagne, les VQPRD pèsent pour beaucoup dans les ventes de vins tranquilles de toutes les régions, et de façon très significative en région parisienne (63 % des ventes) et dans le Nord (62 %).



Le poids des vins de pays de cépages atteint 21 % dans les ventes de l'Ouest, et 20 % dans l'Ouest-Sud.

Les vins de pays standard représentent 19 % de la part de marché volume des ventes de vins tranquilles du Sud-Est.

Le vin de table français atteint des proportions à peu près équivalentes dans les différentes régions françaises, tandis que le VDPCE pèse varie de 5 % de PDM volume en région parisienne à 12 % dans le Centre-Ouest.

# Annexes

Annexe 1 - Le bilan par circuit de distribution						
	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
HYPER	5 270	55,4%	5 150	54,6%	120	2,3%
SUPER	4 240	44,6%	4 281	45,4%	-41	-1,0%
TOTAL	9 510	100,0%	9 431	100,0%	79	0,8%

	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
HYPER	1 983,2	58,0%	1 903,7	57,9%	79,5	4,2%
SUPER	1 433,2	42,0%	1 381,6	42,1%	51,6	3,7%
TOTAL	3 416,4	100,0%	3 285,3	100,0%	131,1	4,0%

	Evolution			
PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	euro/litre	%
HYPER	3,76	3,70	0,07	1,8%
SUPER	3,38	3,23	0,15	4,7%
TOTAL	3,59	3,48	0,11	3,1%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 2 - Le bilan par couleur de vins

VOLUME		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	3 122	59,2%	3 120	60,6%	2	0,1%
	ROSES	1 245	23,6%	1 128	21,9%	117	10,4%
	BLANCS	903	17,1%	902	17,5%	1	0,1%
	TOUS VINS	5 270	100,0%	5 150	100,0%	120	2,3%
SUPER	ROUGES	2 515	59,3%	2 610	61,0%	-95	-3,6%
	ROSES	1 034	24,4%	967	22,6%	67	6,9%
	BLANCS	691	16,3%	704	16,4%	-13	-1,9%
	TOUS VINS	4 240	100,0%	4 281	100,0%	-41	-1,0%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	5 637	59,3%	5 730	60,8%	-93	-1,6%
	ROSES	2 279	24,0%	2 095	22,2%	184	8,8%
	BLANCS	1 593	16,8%	1 606	17,0%	-12	-0,8%
	TOUS VINS	9 510	100,0%	9 431	100,0%	79	0,8%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
HYPER	ROUGES	1 199,9	60,5%	1 190,5	62,5%	9,4	0,8%
	ROSES	376,1	19,0%	326,0	17,1%	50,1	15,4%
	BLANCS	407,2	20,5%	387,2	20,3%	20,0	5,2%
	TOUS VINS	1 983,2	100,0%	1 903,7	100,0%	79,5	4,2%
SUPER	ROUGES	840,8	58,7%	837,5	60,6%	3,3	0,4%
	ROSES	307,2	21,4%	272,9	19,7%	34,4	12,6%
	BLANCS	285,1	19,9%	271,2	19,6%	13,9	5,1%
	TOUS VINS	1 433,2	100,0%	1 381,6	100,0%	51,6	3,7%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	2 040,7	59,7%	2 028,0	61,7%	12,7	0,6%
	ROSES	683,3	20,0%	598,8	18,2%	84,5	14,1%
	BLANCS	692,4	20,3%	658,5	20,0%	33,9	5,1%
	TOUS VINS	3 416,4	100,0%	3 285,3	100,0%	131,1	4,0%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	3,84	3,82	0,03	0,7%
	ROSES	3,02	2,89	0,13	4,5%
	BLANCS	4,51	4,29	0,22	5,1%
	TOUS VINS	3,76	3,70	0,07	1,8%
SUPER	ROUGES	3,34	3,21	0,13	4,2%
	ROSES	2,97	2,82	0,15	5,3%
	BLANCS	4,13	3,85	0,27	7,1%
	TOUS VINS	3,38	3,23	0,15	4,7%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	3,62	3,54	0,08	2,3%
	ROSES	3,00	2,86	0,14	4,9%
	BLANCS	4,35	4,10	0,24	5,9%
	TOUS VINS	3,59	3,48	0,11	3,1%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

### Annexe 3 - Le marché des vins rouges

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	VQPRD	1 842	59,0%	1 866	59,8%	-24	-1,3%
	VDT (hors VDP)	513	16,4%	528	16,9%	-15	-2,9%
	VDP	713	22,8%	666	21,4%	46	7,0%
	VINS ETRANGERS	55	1,8%	60	1,9%	-5	-8,4%
	TOUS VINS	3 122	100,0%	3 120	100,0%	2	0,1%
SUPER	VQPRD	1 306	51,9%	1 351	51,8%	-45	-3,3%
	VDT (hors VDP)	536	21,3%	587	22,5%	-51	-8,6%
	VDP	630	25,1%	631	24,2%	0	-0,1%
	VINS ETRANGERS	43	1,7%	42	1,6%	1	1,2%
	TOUS VINS	2 515	100,0%	2 610	100,0%	-95	-3,6%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	3 148	55,8%	3 217	56,1%	-69	-2,1%
	VDT (hors VDP)	1 049	18,6%	1 115	19,5%	-66	-5,9%
	VDP	1 343	23,8%	1 297	22,6%	46	3,5%
	VINS ETRANGERS	97	1,7%	102	1,8%	-5	-4,5%
	TOUS VINS	5 637	100,0%	5 730	100,0%	-93	-1,6%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	VQPRD	959,0	79,9%	961,6	80,8%	-2,6	-0,3%
	VDT (hors VDP)	78,3	6,5%	77,3	6,5%	1,0	1,3%
	VDP	143,4	11,9%	130,3	10,9%	13,1	10,0%
	VINS ETRANGERS	19,2	1,6%	21,3	1,8%	-2,1	-9,7%
	TOUS VINS	1 199,9	100,0%	1 190,5	100,0%	9,4	0,8%
SUPER	VQPRD	612,2	72,8%	612,4	73,1%	-0,3	0,0%
	VDT (hors VDP)	84,1	10,0%	87,5	10,4%	-3,4	-3,8%
	VDP	132,0	15,7%	125,0	14,9%	7,1	5,6%
	VINS ETRANGERS	12,6	1,5%	12,7	1,5%	-0,1	-0,8%
	TOUS VINS	840,8	100,0%	837,5	100,0%	3,3	0,4%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	1 571,2	77,0%	1 574,0	77,6%	-2,9	-0,2%
	VDT (hors VDP)	162,4	8,0%	164,8	8,1%	-2,3	-1,4%
	VDP	275,4	13,5%	255,3	12,6%	20,1	7,9%
	VINS ETRANGERS	31,7	1,6%	33,9	1,7%	-2,2	-6,4%
	TOUS VINS	2 040,7	100,0%	2 028,0	100,0%	12,7	0,6%

			Evolution		
PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	euro/litre	%
HYPER	VQPRD	5,21	5,15	0,05	1,0%
	VDT (hors VDP)	1,53	1,46	0,06	4,3%
	VDP	2,01	1,96	0,06	2,9%
	VINS ETRANGERS	3,49	3,54	-0,05	-1,4%
	TOUS VINS	3,84	3,82	0,03	0,7%
SUPER	VQPRD	4,69	4,53	0,15	3,4%
	VDT (hors VDP)	1,57	1,49	0,08	5,2%
	VDP	2,09	1,98	0,11	5,7%
	VINS ETRANGERS	2,95	3,02	-0,06	-2,0%
	TOUS VINS	3,34	3,21	0,13	4,2%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	4,99	4,89	0,10	2,0%
	VDT (hors VDP)	1,55	1,48	0,07	4,8%
	VDP	2,05	1,97	0,08	4,2%
	VINS ETRANGERS	3,26	3,33	-0,07	-2,0%
	TOUS VINS	3,62	3,54	0,08	2,3%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 4 - Le marché des vins rosés

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	VQPRD	579	46,5%	539	47,8%	40	7,3%
	VDT (hors VDP)	182	14,6%	160	14,2%	22	13,9%
	VDP	454	36,5%	399	35,4%	55	13,9%
	VINS ETRANGERS	30	2,4%	30	2,7%	0	0,5%
	TOUS VINS	1 245	100,0%	1 128	100,0%	117	10,4%
SUPER	VQPRD	400	38,7%	391	40,4%	9	2,4%
	VDT (hors VDP)	171	16,6%	160	16,6%	11	7,0%
	VDP	439	42,4%	394	40,7%	45	11,4%
	VINS ETRANGERS	23	2,3%	22	2,3%	1	6,6%
	TOUS VINS	1 034	100,0%	967	100,0%	67	6,9%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	979	43,0%	930	44,4%	49	5,2%
	VDT (hors VDP)	354	15,5%	320	15,3%	34	10,5%
	VDP	893	39,2%	793	37,8%	100	12,7%
	VINS ETRANGERS	53	2,3%	52	2,5%	2	3,0%
	TOUS VINS	2 279	100,0%	2 095	100,0%	184	8,8%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	VQPRD	237,0	63,0%	207,3	63,6%	29,7	14,3%
	VDT (hors VDP)	27,4	7,3%	23,1	7,1%	4,3	18,7%
	VDP	103,4	27,5%	87,2	26,8%	16,2	18,6%
	VINS ETRANGERS	8,3	2,2%	8,4	2,6%	0,0	-0,4%
	TOUS VINS	376,1	100,0%	326,0	100,0%	50,1	15,4%
SUPER	VQPRD	169,3	55,1%	153,3	56,2%	16,0	10,4%
	VDT (hors VDP)	28,8	9,4%	25,5	9,3%	3,4	13,2%
	VDP	103,4	33,7%	88,5	32,5%	14,9	16,8%
	VINS ETRANGERS	5,7	1,8%	5,5	2,0%	0,1	2,5%
	TOUS VINS	307,2	100,0%	272,9	100,0%	34,4	12,6%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	406,3	59,5%	360,6	60,2%	45,7	12,7%
	VDT (hors VDP)	56,2	8,2%	48,5	8,1%	7,7	15,8%
	VDP	206,8	30,3%	175,7	29,3%	31,1	17,7%
	VINS ETRANGERS	14,0	2,1%	13,9	2,3%	0,1	0,7%
	TOUS VINS	683,3	100,0%	598,8	100,0%	84,5	14,1%

			Evolution		
PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	euro/litre	%
HYPER	VQPRD	4,09	3,84	0,25	6,5%
	VDT (hors VDP)	1,50	1,44	0,06	4,2%
	VDP	2,28	2,19	0,09	4,1%
	VINS ETRANGERS	2,77	2,79	-0,02	-0,9%
	TOUS VINS	3,02	2,89	0,13	4,5%
SUPER	VQPRD	4,23	3,92	0,31	7,9%
	VDT (hors VDP)	1,68	1,59	0,09	5,7%
	VDP	2,36	2,25	0,11	4,8%
	VINS ETRANGERS	2,43	2,53	-0,10	-3,9%
	TOUS VINS	2,97	2,82	0,15	5,3%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	4,15	3,88	0,27	7,0%
	VDT (hors VDP)	1,59	1,52	0,07	4,8%
	VDP	2,32	2,22	0,10	4,4%
	VINS ETRANGERS	2,62	2,68	-0,06	-2,2%
	TOUS VINS	3,00	2,86	0,14	4,9%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)



## Annexe 5 - Le marché des vins blancs

VOLUME		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	VQPRD	549	60,8%	590	65,5%	-41	-7,0%
	VDT (hors VDP)	166	18,4%	154	17,1%	12	7,8%
	VDP	179	19,8%	146	16,2%	33	22,3%
	VINS ETRANGERS	9	1,0%	11	1,3%	-3	-21,9%
	TOUS VINS	903	100,0%	902	100,0%	1	0,1%
SUPER	VQPRD	360	52,2%	402	57,1%	-42	-10,4%
	VDT (hors VDP)	176	25,4%	172	24,4%	4	2,3%
	VDP	149	21,6%	125	17,7%	25	19,8%
	VINS ETRANGERS	5	0,8%	5	0,8%	0	-1,3%
	TOUS VINS	691	100,0%	704	100,0%	-13	-1,9%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	909	57,1%	992	61,8%	-83	-8,4%
	VDT (hors VDP)	342	21,4%	325	20,3%	16	4,9%
	VDP	328	20,6%	271	16,9%	57	21,2%
	VINS ETRANGERS	14	0,9%	17	1,1%	-3	-15,3%
	TOUS VINS	1 593	100,0%	1 606	100,0%	-12	-0,8%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	VQPRD	321,1	78,9%	315,4	81,4%	5,7	1,8%
	VDT (hors VDP)	29,0	7,1%	24,4	6,3%	4,6	18,7%
	VDP	52,4	12,9%	41,5	10,7%	10,9	26,3%
	VINS ETRANGERS	4,8	1,2%	6,0	1,5%	-1,2	-20,4%
	TOUS VINS	407,2	100,0%	387,2	100,0%	20,0	5,2%
SUPER	VQPRD	204,0	71,6%	203,3	74,9%	0,8	0,4%
	VDT (hors VDP)	32,2	11,3%	28,8	10,6%	3,4	11,8%
	VDP	46,3	16,3%	36,7	13,5%	9,6	26,2%
	VINS ETRANGERS	2,6	0,9%	2,5	0,9%	0,1	3,8%
	TOUS VINS	285,1	100,0%	271,2	100,0%	13,9	5,1%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	525,1	75,8%	518,6	78,8%	6,5	1,3%
	VDT (hors VDP)	61,2	8,8%	53,2	8,1%	8,0	15,0%
	VDP	98,7	14,3%	78,2	11,9%	20,5	26,3%
	VINS ETRANGERS	7,3	1,1%	8,5	1,3%	-1,1	-13,3%
	TOUS VINS	692,4	100,0%	658,5	100,0%	33,9	5,1%

PRIX MOYEN en euro/litre			Evolution		
			euro/litre	%	
HYPER	Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08			
	VQPRD	5,85	5,34	0,51	9,5%
	VDT (hors VDP)	1,75	1,59	0,16	10,1%
	VDP	2,93	2,84	0,09	3,2%
	VINS ETRANGERS	5,30	5,20	0,10	1,9%
TOUS VINS	4,51	4,29	0,22	5,1%	
SUPER	VQPRD	5,66	5,06	0,61	12,0%
	VDT (hors VDP)	1,83	1,68	0,16	9,3%
	VDP	3,10	2,95	0,16	5,4%
	VINS ETRANGERS	4,80	4,57	0,24	5,2%
	TOUS VINS	4,13	3,85	0,27	7,1%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	5,78	5,23	0,55	10,5%
	VDT (hors VDP)	1,79	1,63	0,16	9,6%
	VDP	3,01	2,89	0,12	4,2%
	VINS ETRANGERS	5,11	5,00	0,12	2,3%
	TOUS VINS	4,35	4,10	0,24	5,9%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 6 - Le bilan par catégorie de vins

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	VQPRD	2 969	56,3%	2 995	58,2%	-26	-0,9%
	VDT (hors VDP)	861	16,3%	842	16,3%	19	2,3%
	VDP	1 346	25,5%	1 211	23,5%	134	11,1%
	VINS ETRANGERS	94	1,8%	101	2,0%	-7	-7,3%
	TOUS VINS	5 270	100,0%	5 150	100,0%	120	2,3%
SUPER	VQPRD	2 067	48,8%	2 144	50,1%	-77	-3,6%
	VDT (hors VDP)	883	20,8%	918	21,5%	-35	-3,9%
	VDP	1 218	28,7%	1 149	26,8%	69	6,0%
	VINS ETRANGERS	71	1,7%	69	1,6%	2	2,7%
	TOUS VINS	4 240	100,0%	4 281	100,0%	-41	-1,0%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	5 036	53,0%	5 139	54,5%	-103	-2,0%
	VDT (hors VDP)	1 744	18,3%	1 760	18,7%	-16	-0,9%
	VDP	2 564	27,0%	2 360	25,0%	204	8,6%
	VINS ETRANGERS	165	1,7%	171	1,8%	-6	-3,3%
	TOUS VINS	9 510	100,0%	9 431	100,0%	79	0,8%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	VQPRD	1 517,1	76,5%	1 484,3	78,0%	32,8	2,2%
	VDT (hors VDP)	134,7	6,8%	124,8	6,6%	9,9	7,9%
	VDP	299,1	15,1%	259,0	13,6%	40,2	15,5%
	VINS ETRANGERS	32,3	1,6%	35,6	1,9%	-3,3	-9,3%
	TOUS VINS	1 983,2	100,0%	1 903,7	100,0%	79,5	4,2%
SUPER	VQPRD	985,5	68,8%	969,0	70,1%	16,5	1,7%
	VDT (hors VDP)	145,1	10,1%	141,7	10,3%	3,4	2,4%
	VDP	281,8	19,7%	250,2	18,1%	31,6	12,6%
	VINS ETRANGERS	20,8	1,5%	20,7	1,5%	0,1	0,6%
	TOUS VINS	1 433,2	100,0%	1 381,6	100,0%	51,6	3,7%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	2 502,6	73,3%	2 453,3	74,7%	49,3	2,0%
	VDT (hors VDP)	279,8	8,2%	266,5	8,1%	13,3	5,0%
	VDP	580,9	17,0%	509,2	15,5%	71,7	14,1%
	VINS ETRANGERS	53,1	1,6%	56,3	1,7%	-3,2	-5,7%
	TOUS VINS	3 416,4	100,0%	3 285,3	100,0%	131,1	4,0%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
PRIX MOYEN en euro/litre				euro/litre	%		
HYPER	VQPRD	5,11	4,96	0,15	3,1%		
	VDT (hors VDP)	1,56	1,48	0,08	5,5%		
	VDP	2,22	2,14	0,08	4,0%		
	VINS ETRANGERS	3,43	3,51	-0,08	-2,2%		
	TOUS VINS	3,76	3,70	0,07	1,8%		
SUPER	VQPRD	4,77	4,52	0,25	5,5%		
	VDT (hors VDP)	1,64	1,54	0,10	6,5%		
	VDP	2,31	2,18	0,14	6,2%		
	VINS ETRANGERS	2,92	2,98	-0,06	-2,0%		
	TOUS VINS	3,38	3,23	0,15	4,7%		
TOUS CIRCUITS	VQPRD	4,97	4,77	0,20	4,1%		
	VDT (hors VDP)	1,60	1,51	0,09	6,0%		
	VDP	2,27	2,16	0,11	5,0%		
	VINS ETRANGERS	3,21	3,30	-0,08	-2,5%		
	TOUS VINS	3,59	3,48	0,11	3,1%		

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

### Annexe 7 - Le bilan des VQPRD par couleur

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	1 842	62,0%	1 866	62,3%	-24	-1,3%
	ROSES	579	19,5%	539	18,0%	40	7,3%
	BLANCS	549	18,5%	590	19,7%	-41	-7,0%
	TOUS VQPRD	2 969	100,0%	2 995	100,0%	-26	-0,9%
SUPER	ROUGES	1 306	63,2%	1 351	63,0%	-45	-3,3%
	ROSES	400	19,4%	391	18,2%	9	2,4%
	BLANCS	360	17,4%	402	18,7%	-42	-10,4%
	TOUS VQPRD	2 067	100,0%	2 144	100,0%	-77	-3,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	3 148	62,5%	3 217	62,6%	-69	-2,1%
	ROSES	979	19,4%	930	18,1%	49	5,2%
	BLANCS	909	18,1%	992	19,3%	-83	-8,4%
	TOUS VQPRD	5 036	100,0%	5 139	100,0%	-103	-2,0%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	959,0	63,2%	961,6	64,8%	-2,6	-0,3%
	ROSES	237,0	15,6%	207,3	14,0%	29,7	14,3%
	BLANCS	321,1	21,2%	315,4	21,2%	5,7	1,8%
	TOUS VQPRD	1 517,1	100,0%	1 484,3	100,0%	32,8	2,2%
SUPER	ROUGES	612,2	62,1%	612,4	63,2%	-0,3	0,0%
	ROSES	169,3	17,2%	153,3	15,8%	16,0	10,4%
	BLANCS	204,0	20,7%	203,3	21,0%	0,8	0,4%
	TOUS VQPRD	985,5	100,0%	969,0	100,0%	16,5	1,7%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1 571,2	62,8%	1 574,0	64,2%	-2,9	-0,2%
	ROSES	406,3	16,2%	360,6	14,7%	45,7	12,7%
	BLANCS	525,1	21,0%	518,6	21,1%	6,5	1,3%
	TOUS VQPRD	2 502,6	100,0%	2 453,3	100,0%	49,3	2,0%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	5,21	5,15	0,05	1,0%
	ROSES	4,09	3,84	0,25	6,5%
	BLANCS	5,85	5,34	0,51	9,5%
	TOUS VQPRD	5,11	4,96	0,15	3,1%
SUPER	ROUGES	4,69	4,53	0,15	3,4%
	ROSES	4,23	3,92	0,31	7,9%
	BLANCS	5,66	5,06	0,61	12,0%
	TOUS VQPRD	4,77	4,52	0,25	5,5%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	4,99	4,89	0,10	2,0%
	ROSES	4,15	3,88	0,27	7,0%
	BLANCS	5,78	5,23	0,55	10,5%
	TOUS VQPRD	4,97	4,77	0,20	4,1%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 8 - Le bilan des VQPRD par bassin de production

VOLUME	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
BORDELAIS	1 506	29,9%	1 568	30,5%	-62	-4,0%
VALLEE DU RHONE	887	17,6%	841	16,4%	45	5,4%
VALLEE DE LA LOIRE	630	12,5%	726	14,1%	-96	-13,2%
LANGUEDOC ROUSSILLON	388	7,7%	393	7,6%	-5	-1,3%
SUD OUEST	503	10,0%	496	9,7%	7	1,3%
PROVENCE CORSE	478	9,5%	467	9,1%	11	2,3%
ALSACE	237	4,7%	232	4,5%	5	2,2%
BEAUJOLAIS	146	2,9%	150	2,9%	-4	-2,4%
BOURGOGNE	212	4,2%	218	4,2%	-6	-2,8%
AUTRES BASSINS	50	1,0%	49	0,9%	2	3,4%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>5 036</b>	<b>100,0%</b>	<b>5 139</b>	<b>100,0%</b>	<b>-103</b>	<b>-2,0%</b>

VALEUR	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
BORDELAIS	889,7	35,5%	908,3	37,0%	-18,6	-2,0%
VALLEE DU RHONE	341,4	13,6%	316,9	12,9%	24,5	7,7%
VALLEE DE LA LOIRE	285,6	11,4%	285,8	11,6%	-0,2	-0,1%
LANGUEDOC ROUSSILLON	137,9	5,5%	132,0	5,4%	6,0	4,5%
SUD OUEST	210,8	8,4%	199,8	8,1%	11,0	5,5%
PROVENCE CORSE	212,8	8,5%	193,6	7,9%	19,2	9,9%
ALSACE	138,0	5,5%	131,8	5,4%	6,2	4,7%
BEAUJOLAIS	77,0	3,1%	77,5	3,2%	-0,5	-0,7%
BOURGOGNE	174,9	7,0%	174,6	7,1%	0,4	0,2%
AUTRES BASSINS	34,4	1,4%	33,1	1,3%	1,3	3,9%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>2 502,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>2 453,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>49,3</b>	<b>2,0%</b>

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
			euro/litre	%
BORDELAIS	5,91	5,79	0,12	2,0%
VALLEE DU RHONE	3,85	3,77	0,08	2,2%
VALLEE DE LA LOIRE	4,53	3,93	0,60	15,1%
LANGUEDOC ROUSSILLON	3,56	3,36	0,20	5,9%
SUD OUEST	4,19	4,03	0,17	4,1%
PROVENCE CORSE	4,46	4,15	0,31	7,4%
ALSACE	5,82	5,68	0,14	2,4%
BEAUJOLAIS	5,27	5,18	0,09	1,7%
BOURGOGNE	8,27	8,02	0,25	3,1%
AUTRES BASSINS	6,81	6,78	0,03	0,4%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>4,97</b>	<b>4,77</b>	<b>0,20</b>	<b>4,1%</b>

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 9 - Le bilan des VQPRD rouges par bassin de production

VOLUME	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
BORDELAIS	1 308	41,6%	1 380	42,9%	-72	-5,2%
VALLEE DU RHONE	775	24,6%	745	23,2%	29	3,9%
VALLEE DE LA LOIRE	147	4,7%	150	4,7%	-2	-1,7%
LANGUEDOC ROUSSILLON	311	9,9%	320	10,0%	-10	-3,0%
SUD OUEST	327	10,4%	331	10,3%	-3	-1,1%
PROVENCE CORSE	21	0,7%	22	0,7%	-1	-5,3%
ALSACE	11	0,3%	11	0,4%	-1	-6,3%
BEAUJOLAIS	144	4,6%	149	4,6%	-5	-3,4%
BOURGOGNE	93	3,0%	98	3,0%	-4	-4,5%
AUTRES BASSINS	11	0,3%	10	0,3%	1	7,7%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>3 148</b>	<b>100,0%</b>	<b>3 217</b>	<b>100,0%</b>	<b>-69</b>	<b>-2,1%</b>

VALEUR	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
BORDELAIS	785,5	50,0%	809,7	51,4%	-24,2	-3,0%
VALLEE DU RHONE	294,1	18,7%	276,7	17,6%	17,4	6,3%
VALLEE DE LA LOIRE	77,2	4,9%	75,7	4,8%	1,5	2,0%
LANGUEDOC ROUSSILLON	107,5	6,8%	104,6	6,6%	2,9	2,7%
SUD OUEST	123,7	7,9%	121,9	7,7%	1,8	1,5%
PROVENCE CORSE	11,4	0,7%	11,9	0,8%	-0,5	-4,0%
ALSACE	7,2	0,5%	7,6	0,5%	-0,4	-5,5%
BEAUJOLAIS	75,8	4,8%	77,0	4,9%	-1,2	-1,6%
BOURGOGNE	82,3	5,2%	82,9	5,3%	-0,6	-0,7%
AUTRES BASSINS	6,4	0,4%	6,1	0,4%	0,3	5,6%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>1 571,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 574,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>-2,9</b>	<b>-0,2%</b>

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
			euro/litre	%
BORDELAIS	6,00	5,87	0,14	2,3%
VALLEE DU RHONE	3,80	3,71	0,08	2,3%
VALLEE DE LA LOIRE	5,24	5,05	0,19	3,7%
LANGUEDOC ROUSSILLON	3,46	3,27	0,19	5,9%
SUD OUEST	3,78	3,68	0,09	2,6%
PROVENCE CORSE	5,38	5,31	0,07	1,3%
ALSACE	6,76	6,70	0,06	0,9%
BEAUJOLAIS	5,28	5,18	0,10	1,9%
BOURGOGNE	8,81	8,47	0,34	4,0%
AUTRES BASSINS	5,99	6,11	-0,12	-2,0%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>4,99</b>	<b>4,89</b>	<b>0,10</b>	<b>2,0%</b>

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 10 - Le bilan des VQPRD rosés par bassin de production

VOLUME	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
BORDELAIS	89	9,1%	74	7,9%	15	20,9%
VALLEE DU RHONE	101	10,4%	87	9,3%	15	16,9%
VALLEE DE LA LOIRE	217	22,2%	222	23,8%	-5	-2,1%
LANGUEDOC ROUSSILLON	54	5,5%	51	5,5%	3	5,5%
SUD OUEST	59	6,1%	52	5,6%	7	13,3%
PROVENCE CORSE	452	46,2%	440	47,3%	12	2,7%
BEAUJOLAIS	2	0,3%	1	0,1%	2	192,7%
BOURGOGNE	2	0,2%	2	0,2%	0	-2,4%
AUTRES BASSINS	2	0,2%	1	0,2%	0	17,0%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>979</b>	<b>100,0%</b>	<b>930</b>	<b>100,0%</b>	<b>49</b>	<b>5,2%</b>

VALEUR	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
BORDELAIS	37,7	9,3%	30,6	8,5%	7,0	22,9%
VALLEE DU RHONE	41,0	10,1%	34,7	9,6%	6,3	18,2%
VALLEE DE LA LOIRE	82,3	20,3%	75,8	21,0%	6,5	8,6%
LANGUEDOC ROUSSILLON	20,0	4,9%	18,0	5,0%	1,9	10,7%
SUD OUEST	23,5	5,8%	20,1	5,6%	3,4	17,1%
PROVENCE CORSE	198,6	48,9%	179,1	49,7%	19,6	10,9%
BEAUJOLAIS	1,2	0,3%	0,4	0,1%	0,7	174,3%
BOURGOGNE	1,1	0,3%	1,0	0,3%	0,0	2,2%
AUTRES BASSINS	0,9	0,2%	0,8	0,2%	0,1	16,2%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>406,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>360,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>45,7</b>	<b>12,7%</b>

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
			euro/litre	%
BORDELAIS	4,24	4,17	0,07	1,7%
VALLEE DU RHONE	4,04	4,00	0,04	1,1%
VALLEE DE LA LOIRE	3,79	3,42	0,37	11,0%
LANGUEDOC ROUSSILLON	3,68	3,51	0,17	4,9%
SUD OUEST	3,97	3,84	0,13	3,4%
PROVENCE CORSE	4,39	4,07	0,33	8,0%
BEAUJOLAIS	4,77	5,09	-0,32	-6,3%
BOURGOGNE	5,36	5,12	0,24	4,7%
AUTRES BASSINS	5,66	5,70	-0,04	-0,7%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>4,15</b>	<b>3,88</b>	<b>0,27</b>	<b>7,0%</b>

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 11 - Le bilan des VQPRD blancs par bassin de production

VOLUME	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
BORDELAIS	108	11,9%	114	11,5%	-6	-4,9%
VALLEE DU RHONE	11	1,2%	9	0,9%	2	16,5%
VALLEE DE LA LOIRE	266	29,3%	355	35,7%	-89	-25,0%
LANGUEDOC ROUSSILLON	23	2,5%	21	2,1%	2	8,0%
SUD OUEST	116	12,8%	113	11,4%	3	2,8%
PROVENCE CORSE	4	0,5%	4	0,4%	0	4,5%
ALSACE	226	24,9%	221	22,2%	6	2,6%
BEAUJOLAIS	0	0,0%	0	0,0%	0	-33,9%
BOURGOGNE	116	12,8%	118	11,9%	-2	-1,5%
AUTRES BASSINS	38	4,2%	37	3,8%	1	1,8%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>909</b>	<b>100,0%</b>	<b>992</b>	<b>100,0%</b>	<b>-83</b>	<b>-8,4%</b>

VALEUR	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
BORDELAIS	66,5	12,7%	68,0	13,1%	-1,4	-2,1%
VALLEE DU RHONE	6,2	1,2%	5,4	1,1%	0,8	14,1%
VALLEE DE LA LOIRE	126,1	24,0%	134,3	25,9%	-8,2	-6,1%
LANGUEDOC ROUSSILLON	10,4	2,0%	9,3	1,8%	1,1	12,4%
SUD OUEST	63,6	12,1%	57,8	11,2%	5,8	10,0%
PROVENCE CORSE	2,8	0,5%	2,7	0,5%	0,2	5,9%
ALSACE	130,8	24,9%	124,2	23,9%	6,6	5,3%
BEAUJOLAIS	0,1	0,0%	0,1	0,0%	0,0	-33,7%
BOURGOGNE	91,6	17,4%	90,7	17,5%	0,9	1,0%
AUTRES BASSINS	27,0	5,1%	26,2	5,0%	0,8	3,1%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>525,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>518,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,5</b>	<b>1,3%</b>

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
			euro/litre	%
BORDELAIS	6,13	5,96	0,17	2,9%
VALLEE DU RHONE	5,87	5,99	-0,13	-2,1%
VALLEE DE LA LOIRE	4,74	3,79	0,95	25,1%
LANGUEDOC ROUSSILLON	4,56	4,38	0,18	4,1%
SUD OUEST	5,48	5,11	0,36	7,1%
PROVENCE CORSE	6,62	6,53	0,09	1,4%
ALSACE	5,78	5,63	0,15	2,6%
BEAUJOLAIS	7,36	7,33	0,03	0,4%
BOURGOGNE	7,88	7,69	0,19	2,5%
AUTRES BASSINS	7,10	7,01	0,09	1,3%
<b>TOTAL VQPRD</b>	<b>5,78</b>	<b>5,23</b>	<b>0,55</b>	<b>10,5%</b>

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 12 - Le bilan régional par appellation (1ère partie)

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
<b>TOTAL BORDELAIS</b>	<b>1 506</b>		<b>-4,0%</b>	<b>889,7</b>		<b>-2,0%</b>	<b>5,91</b>	<b>2,0%</b>
<i>dont ROUGES</i>	1 308	100,0%	-5,2%	785,5	100,0%	-3,0%	6,00	2,3%
AOC Bordeaux	696	53,2%	-5,3%	284,0	36,2%	-1,0%	4,08	4,6%
AOC Bordeaux supérieur	111	8,5%	0,2%	54,6	7,0%	-1,2%	4,90	-1,4%
AOC du Groupe des Côtes	186	14,2%	0,8%	95,3	12,1%	3,2%	5,12	2,3%
AOC du Groupe Médoc et Graves	196	15,0%	-10,7%	233,1	29,7%	-7,2%	11,90	4,0%
AOC du Groupe Libournais	118	9,0%	-8,5%	118,5	15,1%	-4,5%	10,01	4,4%
<i>dont ROSES</i>	89	100,0%	20,9%	37,7	100,0%	22,9%	4,24	1,7%
<i>dont BLANCS</i>	108	100,0%	-4,9%	66,5	100,0%	-2,1%	6,13	2,9%
<i>dont</i> Blancs secs	67	61,3%	-5,7%	30,3	45,6%	-0,8%	4,56	5,2%
AOC Bordeaux	44	40,7%	-5,8%	16,9	25,4%	-0,4%	3,82	5,7%
AOC Entre-Deux-Mers	15	14,2%	-6,2%	6,7	10,1%	-0,5%	4,34	6,0%
<i>dont</i> Blancs moelleux	16	15,2%	2,3%	5,3	7,9%	7,7%	3,19	5,3%
<i>dont</i> Blancs doux	25	23,5%	-7,0%	30,9	46,5%	-4,8%	12,14	2,4%
<b>TOTAL VALLEE DU RHONE</b>	<b>887</b>		<b>5,4%</b>	<b>341,4</b>		<b>7,7%</b>	<b>3,85</b>	<b>2,2%</b>
<i>dont ROUGES</i>	775	100,0%	3,9%	294,1	100,0%	6,3%	3,80	2,3%
AOC Côtes du Rhône	549	70,9%	4,5%	171,3	58,2%	7,1%	3,12	2,5%
AOC Côtes du Rhône Villages	78	10,1%	-2,1%	40,9	13,9%	3,3%	5,24	5,5%
AOC Côtes du Ventoux	56	7,2%	17,8%	16,2	5,5%	14,4%	2,88	-2,9%
AOC Coteaux du Tricastin	10	1,3%	-10,0%	2,7	0,9%	-6,1%	2,66	4,4%
AOC Côtes du Lubéron	14	1,8%	-8,9%	4,8	1,6%	-4,6%	3,49	4,7%
AOC Costières de Nîmes	18	2,3%	19,2%	6,7	2,3%	27,9%	3,84	7,3%
<i>dont ROSES</i>	101	100,0%	16,9%	41,0	100,0%	18,2%	4,04	1,1%
AOC Côtes du Rhône	27	26,7%	13,0%	10,7	26,0%	15,3%	3,93	2,1%
AOC Tavel	15	15,0%	11,0%	11,3	27,6%	13,0%	7,42	1,8%
AOC Costières de Nîmes	25	24,2%	24,8%	7,6	18,5%	29,4%	3,09	3,7%
<b>TOTAL VALLEE DE LA LOIRE</b>	<b>630</b>		<b>-13,2%</b>	<b>285,6</b>		<b>-0,1%</b>	<b>4,53</b>	<b>15,1%</b>
<i>dont ROUGES</i>	147	100,0%	-1,7%	77,2	100,0%	2,0%	5,24	3,7%
AOC Anjou	11	7,4%	-9,7%	4,9	6,3%	-4,1%	4,47	6,1%
AOC Saumur	14	9,3%	-11,8%	6,3	8,1%	-5,8%	4,54	6,8%
AOC Saumur Champigny	26	17,7%	2,9%	16,2	20,9%	4,3%	6,19	1,3%
AOC Bourgueuil	20	13,4%	13,3%	10,1	13,0%	12,7%	5,10	-0,5%
AOC Saint Nicolas de Bourgueuil	13	8,6%	0,8%	8,2	10,6%	3,7%	6,46	2,9%
AOC Chinon	20	13,4%	2,0%	11,0	14,2%	5,0%	5,56	3,0%
AOC Touraine	24	16,5%	-6,3%	8,4	10,9%	-0,8%	3,44	5,9%
<i>dont ROSES</i>	217	100,0%	-2,1%	82,3	100,0%	8,6%	3,79	11,0%
AOC Cabernet d'Anjou	150	69,0%	0,3%	57,6	70,0%	12,4%	3,85	12,2%
AOC Rosé d'Anjou	28	13,0%	-23,3%	9,4	11,4%	-13,1%	3,35	13,3%
AOC Rosé de Loire	25	11,5%	17,3%	8,4	10,2%	21,7%	3,38	3,8%
<i>dont BLANCS</i>	266	100,0%	-25,0%	126,1	100,0%	-6,1%	4,74	25,1%
AOC Muscadet Sèvre & Maine	59	22,3%	-24,4%	28,1	22,3%	-11,3%	4,72	17,4%
AOC Muscadet Sèvre & Maine sur lie	21	8,1%	-48,3%	9,4	7,4%	-22,4%	4,36	50,2%
AOC Muscadet	55	20,5%	-45,8%	20,4	16,2%	-23,1%	3,75	42,0%
VDQS Gros Plant	30	11,4%	-16,5%	8,4	6,7%	7,0%	2,76	28,2%
AOC Touraine	28	10,6%	14,7%	12,8	10,1%	18,0%	4,52	2,9%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)



## Annexe 13 - Le bilan régional par appellation (2ème partie)

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
<b>TOTAL SUD OUEST</b>	<b>503</b>		<b>1,3%</b>	<b>210,8</b>		<b>5,5%</b>	<b>4,19</b>	<b>4,1%</b>
<i>dont ROUGES</i>	327	100,0%	-1,1%	123,7	100,0%	1,5%	3,78	2,6%
AOC Cahors	59	18,1%	-0,1%	20,3	16,4%	2,0%	3,44	2,2%
AOC Bergerac	100	30,5%	8,2%	29,2	23,6%	11,6%	2,93	3,1%
AOC Gaillac	31	9,4%	-11,5%	12,4	10,0%	-8,8%	4,04	3,0%
AOC Buzet	28	8,6%	0,8%	14,0	11,4%	1,3%	5,00	0,5%
AOC Côtes de Duras	14	4,2%	-21,3%	5,0	4,0%	-15,6%	3,63	7,3%
AOC Côtes du Frontonnais	22	6,7%	-2,0%	8,7	7,0%	1,0%	3,98	3,1%
AOC Madiran	25	7,6%	-6,1%	12,9	10,4%	-0,8%	5,16	5,7%
AOC Côtes du Marmandais	24	7,3%	0,7%	7,6	6,2%	6,1%	3,19	5,4%
<i>dont ROSES</i>	59	100,0%	13,3%	23,5	100,0%	17,1%	3,97	3,4%
<i>dont BLANCS</i>	116	100,0%	2,8%	63,6	100,0%	10,0%	5,48	7,1%
AOC Bergerac	13	11,3%	-11,1%	4,4	6,9%	-8,4%	3,33	3,0%
AOC Côtes de Bergerac	24	20,9%	4,2%	8,2	12,9%	17,4%	3,37	12,7%
AOC Monbazillac	28	24,4%	8,4%	20,5	32,2%	12,3%	7,23	3,5%
AOC Jurançon	15	12,7%	1,9%	11,8	18,5%	17,5%	7,99	15,3%
AOC Gaillac	12	10,2%	6,5%	4,8	7,6%	8,7%	4,07	2,0%
<b>TOTAL LANGUEDOC ROUSSILLON</b>	<b>388</b>		<b>-1,3%</b>	<b>137,9</b>		<b>4,5%</b>	<b>3,56</b>	<b>5,9%</b>
<i>dont ROUGES</i>	311	100,0%	-3,0%	107,5	100,0%	2,7%	3,46	5,9%
AOC Corbières	155	50,0%	1,2%	40,6	37,8%	9,2%	2,62	7,9%
AOC Minervois	33	10,8%	-15,3%	10,1	9,4%	-6,9%	3,03	10,0%
AOC Saint Chinian	25	7,9%	-2,4%	10,5	9,8%	2,6%	4,28	5,1%
AOC Faugères	16	5,3%	-1,8%	7,9	7,3%	2,1%	4,82	4,1%
AOC Coteaux du Languedoc	29	9,3%	5,4%	14,0	13,0%	8,1%	4,85	2,6%
AOC Fitou	20	6,4%	-23,0%	9,2	8,6%	-18,1%	4,61	6,3%
AOC Côtes du Roussillon Villages	11	3,5%	-0,9%	5,4	5,0%	3,4%	4,93	4,3%
AOC Côtes du Roussillon	12	3,8%	-6,3%	5,3	4,9%	0,1%	4,46	6,9%
<i>dont ROSES</i>	54	100,0%	5,5%	20,0	100,0%	10,7%	3,68	4,9%
<b>TOTAL PROVENCE ET CORSE</b>	<b>478</b>		<b>2,3%</b>	<b>212,8</b>		<b>9,9%</b>	<b>4,46</b>	<b>7,4%</b>
<i>dont ROSES</i>	452	100,0%	2,7%	198,6	100,0%	10,9%	4,39	8,0%
AOC Côtes de Provence	315	69,6%	-1,2%	137,3	69,1%	9,1%	4,36	10,4%
AOC Coteaux Varois	25	5,6%	4,7%	9,5	4,8%	7,1%	3,78	2,3%
AOC Coteaux d'Aix-en-Provence	71	15,8%	23,1%	26,6	13,4%	23,8%	3,73	0,6%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

### Annexe 14 - Le bilan régional par appellation (3ème partie)

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
<b>TOTAL ALSACE</b>	<b>237</b>		<b>2,2%</b>	<b>138,0</b>		<b>4,7%</b>	<b>5,82</b>	<b>2,4%</b>
<i>dont BLANCS</i>	226	100,0%	2,6%	130,8	100,0%	5,3%	5,78	2,6%
Riesling	71	31,3%	1,1%	39,2	29,9%	4,1%	5,52	3,0%
Sylvaner	46	20,4%	6,2%	18,2	13,9%	10,8%	3,95	4,3%
Pinot Gris	20	8,8%	1,2%	15,1	11,5%	2,6%	7,58	1,3%
Gewurztraminer	53	23,5%	6,0%	42,0	32,1%	6,7%	7,91	0,7%
Edelzwicker	24	10,5%	-1,9%	9,2	7,0%	3,0%	3,85	5,1%
<b>TOTAL BEAUJOLAIS</b>	<b>146</b>		<b>-2,4%</b>	<b>77,0</b>		<b>-0,7%</b>	<b>5,27</b>	<b>1,7%</b>
<i>dont ROUGES</i>	144	100,0%	-3,4%	75,8	100,0%	-1,6%	5,28	1,9%
Primeurs	60	42,0%	-10,8%	27,8	36,7%	-8,4%	4,62	2,7%
Beaujolais nouveau	48	33,5%	-9,2%	21,5	28,4%	-6,0%	4,47	3,6%
Beaujolais Villages nouveau	12	8,5%	-16,8%	6,3	8,3%	-15,8%	5,19	1,2%
AOC Beaujolais	27	19,0%	3,6%	10,4	13,7%	4,9%	3,81	1,3%
AOC Beaujolais Villages	12	8,2%	-2,1%	6,0	7,9%	-5,7%	5,04	-3,8%
Crus du Beaujolais	44	30,7%	3,6%	31,6	41,7%	4,0%	7,16	0,4%
<b>TOTAL BOURGOGNE</b>	<b>212</b>		<b>-2,8%</b>	<b>174,9</b>		<b>0,2%</b>	<b>8,27</b>	<b>3,1%</b>
<i>dont ROUGES</i>	93	100,0%	-4,5%	82,3	100,0%	-0,7%	8,81	4,0%
Génériques	66	70,6%	-2,5%	42,3	51,4%	2,2%	6,42	4,8%
<i>dont BLANCS</i>	116	100,0%	-1,5%	91,6	100,0%	1,0%	7,88	2,5%
AOC Bourgogne Aligoté	42	35,8%	2,7%	25,1	27,4%	7,3%	6,04	4,4%
AOC Chablis	14	12,4%	-10,8%	16,1	17,5%	-5,8%	11,13	5,6%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 15 - Le marché des vins de pays par couleur

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	713	52,9%	666	55,0%	46	7,0%
	ROSES	454	33,8%	399	32,9%	55	13,9%
	BLANCS	179	13,3%	146	12,1%	33	22,3%
	TOUS VDP	1 346	100,0%	1 211	100,0%	134	11,1%
SUPER	ROUGES	630	51,7%	631	54,9%	0	-0,1%
	ROSES	439	36,0%	394	34,3%	45	11,4%
	BLANCS	149	12,3%	125	10,8%	25	19,8%
	TOUS VDP	1 218	100,0%	1 149	100,0%	69	6,0%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1 343	52,4%	1 297	54,9%	46	3,5%
	ROSES	893	34,8%	793	33,6%	100	12,7%
	BLANCS	328	12,8%	271	11,5%	57	21,2%
	TOUS VDP	2 564	100,0%	2 360	100,0%	204	8,6%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	143,4	47,9%	130,3	50,3%	13,1	10,0%
	ROSES	103,4	34,6%	87,2	33,7%	16,2	18,6%
	BLANCS	52,4	17,5%	41,5	16,0%	10,9	26,3%
	TOUS VDP	299,1	100,0%	259,0	100,0%	40,2	15,5%
SUPER	ROUGES	132,0	46,8%	125,0	49,9%	7,1	5,6%
	ROSES	103,4	36,7%	88,5	35,4%	14,9	16,8%
	BLANCS	46,3	16,4%	36,7	14,7%	9,6	26,2%
	TOUS VDP	281,8	100,0%	250,2	100,0%	31,6	12,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	275,4	47,4%	255,3	50,1%	20,1	7,9%
	ROSES	206,8	35,6%	175,7	34,5%	31,1	17,7%
	BLANCS	98,7	17,0%	78,2	15,4%	20,5	26,3%
	TOUS VDP	580,9	100,0%	509,2	100,0%	71,7	14,1%

				Evolution	
PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	euro/litre	%
HYPER	ROUGES	1,90	1,85	0,05	2,6%
	ROSES	2,28	2,20	0,08	3,6%
	BLANCS	3,10	3,03	0,07	2,4%
	TOUS VDP	2,22	2,14	0,08	4,0%
SUPER	ROUGES	2,06	1,98	0,08	4,0%
	ROSES	2,41	2,35	0,06	2,6%
	BLANCS	3,17	3,00	0,17	5,6%
	TOUS VDP	2,31	2,18	0,14	6,2%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1,97	1,91	0,06	3,2%
	ROSES	2,33	2,26	0,07	3,2%
	BLANCS	3,14	3,02	0,12	4,0%
	TOUS VDP	2,27	2,16	0,11	5,0%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 16 - Le marché des vins de pays par catégorie

VOLUME	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
VINS DE PAYS REGIONAUX	1 413	100,0%	1 210	100,0%	203	16,8%
ROUGE	791	56,0%	723	59,7%	69	9,5%
ROSE	392	27,7%	297	24,5%	95	31,9%
BLANC	230	16,3%	190	15,7%	40	20,8%
VINS DE PAYS DE DEPARTEMENT	791	100,0%	808	100,0%	-17	-2,2%
ROUGE	466	59,0%	483	59,8%	-17	-3,5%
ROSE	315	39,8%	317	39,2%	-2	-0,7%
BLANC	10	1,3%	8	1,0%	2	19,1%
VINS DE PAYS DE ZONE	360	100,0%	342	100,0%	18	5,3%
ROUGE	85	23,7%	91	26,6%	-6	-6,2%
ROSE	187	51,8%	179	52,3%	8	4,3%
BLANC	88	24,5%	72	21,1%	16	22,3%
TOUS VINS DE PAYS	2 564	100,0%	2 360	100,0%	204	8,6%
ROUGE	1 343	52,4%	1 297	54,9%	46	3,5%
ROSE	893	34,8%	793	33,6%	100	12,7%
BLANC	328	12,8%	271	11,5%	57	21,2%

VALEUR	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
VINS DE PAYS REGIONAUX	347,0	100,0%	290,7	100,0%	56,3	19,4%
ROUGE	186,4	53,7%	166,5	57,3%	19,9	12,0%
ROSE	93,2	26,9%	71,0	24,4%	22,2	31,3%
BLANC	67,4	19,4%	53,2	18,3%	14,2	26,7%
VINS DE PAYS DE DEPARTEMENT	126,2	100,0%	121,0	100,0%	5,2	4,3%
ROUGE	66,8	52,9%	65,7	54,3%	1,1	1,6%
ROSE	56,5	44,8%	52,6	43,5%	3,9	7,4%
BLANC	2,9	2,3%	2,6	2,2%	0,3	11,1%
VINS DE PAYS DE ZONE	107,7	100,0%	97,5	100,0%	10,2	10,4%
ROUGE	22,2	20,6%	23,0	23,6%	-0,8	-3,6%
ROSE	57,1	53,1%	52,2	53,5%	5,0	9,6%
BLANC	28,4	26,4%	22,4	22,9%	6,0	26,9%
TOUS VINS DE PAYS	580,9	100,0%	509,2	100,0%	71,7	14,1%
ROUGE	275,4	47,4%	255,3	50,1%	20,1	7,9%
ROSE	206,8	35,6%	175,7	34,5%	31,1	17,7%
BLANC	98,7	17,0%	78,2	15,4%	20,5	26,3%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
			euro/litre	%
VINS DE PAYS REGIONAUX	2,46	2,40	0,05	2,2%
ROUGE	2,36	2,30	0,05	2,2%
ROSE	2,38	2,39	-0,01	-0,5%
BLANC	2,93	2,79	0,14	4,9%
VINS DE PAYS DE DEPARTEMENT	1,60	1,50	0,10	6,6%
ROUGE	1,43	1,36	0,07	5,3%
ROSE	1,80	1,66	0,14	8,1%
BLANC	2,95	3,17	-0,21	-6,7%
VINS DE PAYS DE ZONE	2,99	2,85	0,14	4,9%
ROUGE	2,60	2,53	0,07	2,7%
ROSE	3,06	2,92	0,15	5,0%
BLANC	3,22	3,10	0,12	3,8%
TOUS VINS DE PAYS	2,27	2,16	0,11	5,0%
ROUGE	1,97	1,91	0,06	3,2%
ROSE	2,33	2,26	0,07	3,2%
BLANC	3,14	3,02	0,12	4,0%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 17 - Le marché des vins de pays avec ou sans indication de cépage

VOLUME	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
VINS DE PAYS DE CEPAGE	1 441	100,0%	1 247	100,0%	194	15,6%
ROUGE	812	56,4%	747	59,9%	66	8,8%
ROSE	359	24,9%	277	22,3%	82	29,5%
BLANC	270	18,7%	223	17,9%	47	21,1%
VINS DE PAYS SANS CEPAGE	1 123	100,0%	1 113	100,0%	9	0,8%
ROUGE	530	47,3%	550	49,4%	-20	-3,6%
ROSE	534	47,6%	515	46,3%	19	3,6%
BLANC	58	5,2%	48	4,3%	10	21,6%
TOUS VINS DE PAYS	2 564	100,0%	2 360	100,0%	204	8,6%
ROUGE	1 343	52,4%	1 297	54,9%	46	3,5%
ROSE	893	34,8%	793	33,6%	100	12,7%
BLANC	328	12,8%	271	11,5%	57	21,2%

VALEUR	Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
VINS DE PAYS DE CEPAGE	357,4	100,0%	301,9	100,0%	55,5	18,4%
ROUGE	192,3	53,8%	173,0	57,3%	19,3	11,1%
ROSE	85,9	24,0%	66,1	21,9%	19,7	29,8%
BLANC	79,3	22,2%	62,7	20,8%	16,5	26,3%
VINS DE PAYS SANS CEPAGE	223,5	100,0%	207,3	100,0%	16,2	7,8%
ROUGE	83,1	37,2%	82,3	39,7%	0,9	1,0%
ROSE	121,0	54,1%	109,6	52,9%	11,3	10,3%
BLANC	19,5	8,7%	15,4	7,4%	4,0	26,0%
TOUS VINS DE PAYS	580,9	100,0%	509,2	100,0%	71,7	14,1%
ROUGE	275,4	47,4%	255,3	50,1%	20,1	7,9%
ROSE	206,8	35,6%	175,7	34,5%	31,1	17,7%
BLANC	98,7	17,0%	78,2	15,4%	20,5	26,3%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
			euro/litre	%
VINS DE PAYS DE CEPAGE	2,48	2,42	0,06	2,4%
ROUGE	2,37	2,32	0,05	2,1%
ROSE	2,39	2,38	0,01	0,3%
BLANC	2,94	2,81	0,12	4,3%
VINS DE PAYS SANS CEPAGE	1,99	1,86	0,13	6,9%
ROUGE	1,57	1,50	0,07	4,8%
ROSE	2,27	2,13	0,14	6,5%
BLANC	3,33	3,22	0,12	3,7%
TOUS VINS DE PAYS	2,27	2,16	0,11	5,0%
ROUGE	1,97	1,91	0,06	3,2%
ROSE	2,33	2,26	0,07	3,2%
BLANC	3,14	3,02	0,12	4,0%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 18 - Le marché des vins de pays de cépage par dénomination

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
<b>TOTAL VDP CEPAGES ROUGES</b>	<b>812</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,8%</b>	<b>192,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>11,1%</b>	<b>2,37</b>	<b>2,1%</b>
<i>dont CABERNET SAUVIGNON</i>	341	42,0%	8,3%	79,0	41,1%	10,8%	2,31	2,3%
VDP d'Oc	335	41,2%	8,7%	77,0	40,1%	11,0%	2,30	2,2%
<i>dont GAMAY</i>	74	9,1%	-7,0%	15,8	8,2%	-2,9%	2,15	4,3%
VDP Jardin de la France	39	4,8%	-22,9%	8,3	4,3%	-16,2%	2,16	8,7%
<i>dont MERLOT</i>	343	42,2%	15,6%	79,4	41,3%	17,7%	2,32	1,8%
VDP d'Oc	333	40,9%	16,6%	76,4	39,8%	19,1%	2,30	2,1%
<i>dont BI-CEPAGES</i>	43	5,3%	-2,1%	13,9	7,2%	0,8%	3,25	3,0%
VDP d'Oc	41	5,0%	-1,8%	13,3	6,9%	1,5%	3,26	3,4%
<b>TOTAL VDP CEPAGES ROSES</b>	<b>359</b>	<b>100,0%</b>	<b>29,5%</b>	<b>85,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>29,8%</b>	<b>2,39</b>	<b>0,3%</b>
<i>dont GRENACHE</i>	18	5,1%	36,0%	5,6	6,5%	35,8%	3,05	-0,1%
VDP d'Oc	16	4,5%	41,6%	4,7	5,5%	41,7%	2,96	0,0%
<i>dont SYRAH</i>	31	8,7%	33,5%	9,3	10,9%	36,6%	3,00	2,3%
VDP d'Oc	27	7,4%	24,4%	7,9	9,2%	27,5%	2,97	2,5%
<i>dont CINSAUT</i>	262	72,8%	33,5%	56,6	65,9%	33,6%	2,16	0,0%
VDP d'Oc	260	72,3%	33,3%	56,2	65,4%	33,4%	2,16	0,1%
<b>TOTAL VDP CEPAGES BLANCS</b>	<b>270</b>	<b>100,0%</b>	<b>21,1%</b>	<b>79,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>26,3%</b>	<b>2,94</b>	<b>4,3%</b>
<i>dont CHARDONNAY</i>	66	24,6%	23,0%	22,5	28,3%	26,2%	3,38	2,6%
VDP d'Oc	51	18,9%	26,1%	17,2	21,7%	28,5%	3,38	1,9%
<i>dont SAUVIGNON</i>	160	59,2%	19,5%	43,1	54,4%	26,2%	2,70	5,6%
VDP Jardin de la France	28	10,2%	2,0%	6,7	8,5%	6,1%	2,43	4,0%
VDP d'Oc	124	45,8%	22,9%	33,8	42,6%	30,1%	2,73	5,8%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 19 - Le marché des vins de pays sans mention de cépage par dénomination

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en millions d'euros	PDM dans la couleur	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
<b>TOTAL ROUGES</b>	<b>530</b>	<b>100,0%</b>	<b>-3,6%</b>	<b>83</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,57</b>	<b>4,8%</b>
VDP d'Oc	14	2,7%	-10,9%	3,9	4,7%	-5,2%	2,70	6,4%
VDP de l'Aude	236	44,5%	-5,6%	28,0	33,7%	1,1%	1,18	7,1%
VDP de l'Hérault	116	21,9%	7,3%	17,1	20,6%	13,2%	1,47	5,5%
VDP des Bouches du Rhône	27	5,0%	-16,8%	4,2	5,0%	-13,3%	1,55	4,2%
VDP du Gard	13	2,4%	4,5%	2,5	3,1%	8,1%	1,98	3,4%
VDP du Var	9	1,8%	-6,5%	2,1	2,5%	-1,0%	2,23	5,8%
VDP des Pyrénées Orientales	3	0,6%	-31,4%	0,6	0,7%	-29,7%	2,08	2,5%
VDP de l'Ardèche	40	7,5%	-1,4%	7,1	8,5%	1,3%	1,78	2,7%
VDP des Coteaux de Peyriac	10	1,9%	-14,4%	2,2	2,6%	-10,6%	2,13	4,4%
VDP des Sables du Golfe du Lion	1	0,1%	8,2%	0,2	0,2%	12,5%	3,27	4,0%
<b>TOTAL ROSES</b>	<b>534</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,6%</b>	<b>121</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,3%</b>	<b>2,27</b>	<b>6,5%</b>
VDP d'Oc	26	4,9%	-0,8%	7,9	6,5%	4,2%	3,04	5,1%
VDP de l'Hérault	92	17,2%	0,6%	15,1	12,5%	9,3%	1,65	8,7%
VDP de l'Aude	90	16,9%	0,1%	11,6	9,6%	10,1%	1,29	10,0%
VDP du Var	68	12,8%	-4,8%	15,5	12,8%	4,0%	2,27	9,3%
VDP du Gard	13	2,4%	19,4%	2,8	2,3%	28,2%	2,18	7,3%
VDP des Sables du Golfe du Lion	67	12,5%	-8,1%	25,7	21,2%	0,8%	3,85	9,7%
VDP de l'île de Beauté	52	9,7%	12,9%	13,5	11,2%	20,1%	2,60	6,3%
VDP des Coteaux de Peyriac	8	1,5%	-9,3%	1,6	1,4%	-6,7%	2,07	2,9%
<b>TOTAL BLANCS</b>	<b>58</b>	<b>100,0%</b>	<b>21,6%</b>	<b>19</b>	<b>100,0%</b>	<b>26,0%</b>	<b>3,33</b>	<b>3,7%</b>
VDP des Côtes de Gascogne	23	38,7%	18,5%	9,2	47,1%	30,0%	4,06	9,8%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 20 - Le marché des vins de table (hors vins de pays) par couleur

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	513	59,6%	528	62,7%	-15	-2,9%
	ROSES	182	21,2%	160	19,0%	22	13,9%
	BLANCS	166	19,3%	154	18,3%	12	7,8%
	TOUS VDT	861	100,0%	842	100,0%	19	2,3%
SUPER	ROUGES	536	60,7%	587	63,9%	-51	-8,6%
	ROSES	171	19,4%	160	17,4%	11	7,0%
	BLANCS	176	19,9%	172	18,7%	4	2,3%
	TOUS VDT	883	100,0%	918	100,0%	-35	-3,9%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1 049	60,1%	1 115	63,3%	-66	-5,9%
	ROSES	354	20,3%	320	18,2%	34	10,5%
	BLANCS	342	19,6%	325	18,5%	16	4,9%
	TOUS VDT	1 744	100,0%	1 760	100,0%	-16	-0,9%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	78,3	58,2%	77,3	62,0%	1,0	1,3%
	ROSES	27,4	20,3%	23,1	18,5%	4,3	18,7%
	BLANCS	29,0	21,5%	24,4	19,6%	4,6	18,7%
	TOUS VDT	134,7	100,0%	124,8	100,0%	9,9	7,9%
SUPER	ROUGES	84,1	58,0%	87,5	61,7%	-3,4	-3,8%
	ROSES	28,8	19,9%	25,5	18,0%	3,4	13,2%
	BLANCS	32,2	22,2%	28,8	20,3%	3,4	11,8%
	TOUS VDT	145,1	100,0%	141,7	100,0%	3,4	2,4%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	162,4	58,1%	164,8	61,8%	-2,3	-1,4%
	ROSES	56,2	20,1%	48,5	18,2%	7,7	15,8%
	BLANCS	61,2	21,9%	53,2	20,0%	8,0	15,0%
	TOUS VDT	279,8	100,0%	266,5	100,0%	13,3	5,0%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
PRIX MOYEN en euro/litre				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	1,53	1,46	0,06	4,3%
	ROSES	1,50	1,44	0,06	4,2%
	BLANCS	1,75	1,59	0,16	10,1%
	TOUS VDT	1,56	1,48	0,08	5,5%
SUPER	ROUGES	1,57	1,49	0,08	5,2%
	ROSES	1,68	1,59	0,09	5,7%
	BLANCS	1,83	1,68	0,16	9,3%
	TOUS VDT	1,64	1,54	0,10	6,5%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1,55	1,48	0,07	4,8%
	ROSES	1,59	1,52	0,07	4,8%
	BLANCS	1,79	1,63	0,16	9,6%
	TOUS VDT	1,60	1,51	0,09	6,0%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 21 - Le marché des vins de table français par couleur

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	318	64,1%	346	67,9%	-28	-8,1%
	ROSES	99	20,0%	87	17,0%	12	14,2%
	BLANCS	79	15,9%	77	15,1%	2	2,7%
	TOTAL	495	100,0%	509	100,0%	-14	-2,7%
SUPER	ROUGES	274	60,1%	316	64,1%	-42	-13,3%
	ROSES	103	22,6%	97	19,7%	6	5,9%
	BLANCS	79	17,3%	80	16,2%	-1	-1,6%
	TOTAL	456	100,0%	494	100,0%	-38	-7,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	592	62,2%	662	66,0%	-70	-10,6%
	ROSES	202	21,2%	184	18,3%	18	9,8%
	BLANCS	158	16,6%	157	15,6%	1	0,5%
	TOTAL	952	100,0%	1 003	100,0%	-51	-5,1%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	57,2	64,1%	59,1	68,1%	-1,9	-3,3%
	ROSES	17,6	19,7%	15,0	17,3%	2,5	16,9%
	BLANCS	14,4	16,2%	12,7	14,6%	1,7	13,8%
	TOTAL	89,2	100,0%	86,8	100,0%	2,4	2,7%
SUPER	ROUGES	54,2	60,3%	58,6	64,4%	-4,4	-7,4%
	ROSES	18,9	21,0%	16,9	18,6%	1,9	11,4%
	BLANCS	16,8	18,7%	15,4	17,0%	1,4	8,8%
	TOTAL	89,9	100,0%	91,0	100,0%	-1,1	-1,2%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	111,4	62,2%	117,7	66,2%	-6,3	-5,3%
	ROSES	36,4	20,3%	32,0	18,0%	4,5	14,0%
	BLANCS	31,2	17,4%	28,1	15,8%	3,1	11,0%
	TOTAL	179,1	100,0%	177,8	100,0%	1,3	0,7%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
PRIX MOYEN en euro/litre				euro/litre	%		
HYPER	ROUGES	1,80	1,71	0,09	5,2%		
	ROSES	1,77	1,73	0,04	2,4%		
	BLANCS	1,83	1,65	0,18	10,8%		
	TOTAL	1,80	1,71	0,09	5,5%		
SUPER	ROUGES	1,98	1,85	0,13	6,8%		
	ROSES	1,83	1,74	0,09	5,2%		
	BLANCS	2,13	1,92	0,20	10,5%		
	TOTAL	1,97	1,84	0,13	7,0%		
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1,88	1,78	0,10	5,9%		
	ROSES	1,80	1,74	0,07	3,8%		
	BLANCS	1,98	1,79	0,19	10,5%		
	TOTAL	1,88	1,77	0,11	6,1%		

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)



## Annexe 22 - Le marché des V.D.P.C.E. par couleur

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	195	53,4%	183	54,8%	13	7,0%
	ROSES	83	22,8%	73	22,0%	10	13,6%
	BLANCS	87	23,8%	77	23,2%	10	13,0%
	TOTAL	366	100,0%	333	100,0%	33	9,8%
SUPER	ROUGES	262	61,3%	270	63,6%	-8	-3,1%
	ROSES	68	16,0%	63	14,8%	6	8,8%
	BLANCS	97	22,7%	91	21,5%	5	5,7%
	TOTAL	427	100,0%	425	100,0%	2	0,5%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	457	57,7%	453	59,8%	4	0,9%
	ROSES	152	19,1%	136	18,0%	16	11,4%
	BLANCS	184	23,2%	169	22,3%	15	9,0%
	TOTAL	793	100,0%	758	100,0%	35	4,6%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	21,2	46,5%	18,2	48,0%	2,9	16,2%
	ROSES	9,8	21,5%	8,0	21,1%	1,8	22,2%
	BLANCS	14,6	32,0%	11,7	30,9%	2,8	24,1%
	TOTAL	45,5	100,0%	38,0	100,0%	7,6	19,9%
SUPER	ROUGES	29,9	54,1%	28,9	56,9%	1,0	3,5%
	ROSES	10,0	18,0%	8,5	16,8%	1,4	16,8%
	BLANCS	15,4	27,9%	13,3	26,3%	2,1	15,4%
	TOTAL	55,2	100,0%	50,7	100,0%	4,5	8,8%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	51,0	50,7%	47,1	53,1%	3,9	8,4%
	ROSES	19,8	19,6%	16,6	18,7%	3,2	19,4%
	BLANCS	30,0	29,7%	25,1	28,3%	4,9	19,5%
	TOTAL	100,8	100,0%	88,7	100,0%	12,0	13,6%

		Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
PRIX MOYEN en euro/litre				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	1,08	1,00	0,09	8,6%
	ROSES	1,18	1,09	0,08	7,5%
	BLANCS	1,67	1,52	0,15	9,9%
	TOTAL	1,24	1,14	0,10	9,2%
SUPER	ROUGES	1,14	1,07	0,07	6,8%
	ROSES	1,46	1,36	0,10	7,4%
	BLANCS	1,59	1,46	0,13	9,1%
	TOTAL	1,29	1,20	0,10	8,3%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1,12	1,04	0,08	7,4%
	ROSES	1,30	1,22	0,09	7,2%
	BLANCS	1,63	1,49	0,14	9,6%
	TOTAL	1,27	1,17	0,10	8,6%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 23 - Le marché des vins de table (hors VDP) par conditionnement

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	PDM	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
<b>TOTAL VINS DE TABLE</b>	<b>1 744</b>	<b>100,0%</b>	<b>-0,9%</b>	<b>279,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,0%</b>	<b>1,60</b>	<b>6,0%</b>
<i>Vins de Table Français</i>	952	54,6%	-5,1%	179,1	64,0%	0,7%	1,88	6,1%
BVP 75 cl	437	25,1%	-9,0%	96,1	34,3%	-2,7%	2,20	6,9%
Litre verre perdu	49	2,8%	-16,9%	8,4	3,0%	-8,6%	1,72	9,9%
Litre consigné	10	0,6%	-20,1%	2,0	0,7%	-14,4%	1,91	7,1%
Bouteille plastique	161	9,2%	-12,6%	25,6	9,2%	-5,0%	1,59	8,7%
Brique	20	1,1%	-31,9%	3,8	1,4%	-13,7%	1,92	26,8%
Cubitainer	33	1,9%	1,5%	4,1	1,5%	7,1%	1,24	5,4%
Bag in box	214	12,3%	21,6%	33,3	11,9%	25,0%	1,56	2,8%
<i>V.D.P.C.E.</i>	793	45,4%	4,6%	100,8	36,0%	13,6%	1,27	8,6%
BVP 75 cl	149	8,5%	7,7%	23,7	8,5%	16,1%	1,60	7,8%
Litre verre perdu	104	5,9%	-5,1%	13,4	4,8%	3,1%	1,29	8,6%
Litre consigné	27	1,5%	-13,9%	3,8	1,3%	-6,3%	1,41	8,9%
Bouteille plastique	161	9,3%	11,3%	23,6	8,4%	21,1%	1,46	8,8%
Cubitainer	274	15,7%	2,6%	23,9	8,5%	8,4%	0,87	5,7%
Bag in box	64	3,7%	23,2%	9,9	3,5%	26,6%	1,55	2,8%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 24 - Le marché des vins étrangers par couleur

VOLUME		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	55	58,4%	60	59,1%	-5	-8,4%
	ROSES	30	32,0%	30	29,5%	0	0,5%
	BLANCS	9	9,5%	11	11,3%	-3	-21,9%
	TOTAL	94	100,0%	101	100,0%	-7	-7,3%
SUPER	ROUGES	43	59,7%	42	60,6%	1	1,2%
	ROSES	23	32,8%	22	31,6%	1	6,6%
	BLANCS	5	7,5%	5	7,8%	0	-1,3%
	TOTAL	71	100,0%	69	100,0%	2	2,7%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	97	59,0%	102	59,7%	-5	-4,5%
	ROSES	53	32,4%	52	30,4%	2	3,0%
	BLANCS	14	8,7%	17	9,9%	-3	-15,3%
	TOTAL	165	100,0%	171	100,0%	-6	-3,3%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 16/08/09		Cumul 52 semaines au 18/08/08		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	19,2	59,4%	21,3	59,7%	-2,1	-9,7%
	ROSES	8,3	25,8%	8,4	23,5%	0,0	-0,4%
	BLANCS	4,8	14,7%	6,0	16,8%	-1,2	-20,4%
	TOTAL	32,3	100,0%	35,6	100,0%	-3,3	-9,3%
SUPER	ROUGES	12,6	60,4%	12,7	61,2%	-0,1	-0,8%
	ROSES	5,7	27,3%	5,5	26,8%	0,1	2,5%
	BLANCS	2,6	12,4%	2,5	12,0%	0,1	3,8%
	TOTAL	20,8	100,0%	20,7	100,0%	0,1	0,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	31,7	59,8%	33,9	60,3%	-2,2	-6,4%
	ROSES	14,0	26,4%	13,9	24,7%	0,1	0,7%
	BLANCS	7,3	13,8%	8,5	15,0%	-1,1	-13,3%
	TOTAL	53,1	100,0%	56,3	100,0%	-3,2	-5,7%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 16/08/09	Cumul 52 semaines au 18/08/08	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	3,49	3,54	-0,05	-1,4%
	ROSES	2,77	2,79	-0,02	-0,9%
	BLANCS	5,30	5,20	0,10	1,9%
	TOTAL	3,43	3,51	-0,08	-2,2%
SUPER	ROUGES	2,95	3,02	-0,06	-2,0%
	ROSES	2,43	2,53	-0,10	-3,9%
	BLANCS	4,80	4,57	0,24	5,2%
	TOTAL	2,92	2,98	-0,06	-2,0%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	3,26	3,33	-0,07	-2,0%
	ROSES	2,62	2,68	-0,06	-2,2%
	BLANCS	5,11	5,00	0,12	2,3%
	TOTAL	3,21	3,30	-0,08	-2,5%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

### Annexe 25 - Le marché des vins étrangers par pays d'origine

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	PDM	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
<b>TOTAL VINS ETRANGERS</b>	165	100,0%	-3,3%	53,1	100,0%	-5,7%	3,21	-2,5%
Total Espagne	90	54,4%	5,4%	15,3	28,9%	2,7%	1,71	-2,6%
Total Italie	8	5,0%	-15,0%	4,9	9,2%	-8,7%	5,93	7,5%
Total Portugal	13	7,6%	-9,8%	6,0	11,3%	-3,7%	4,78	6,8%
Total Allemagne	2	1,3%	-4,8%	0,7	1,4%	-5,7%	3,30	-1,0%
Total Maghreb	32	19,6%	-7,4%	13,3	25,0%	-2,7%	4,09	5,2%
Total Nouveau Monde	19	11,4%	-19,1%	11,8	22,2%	-16,4%	6,28	3,3%
dont Afrique du Sud	1	0,6%	-32,8%	0,6	1,1%	-28,7%	5,57	6,1%
dont Argentine	2	1,0%	-5,9%	1,3	2,4%	-1,5%	7,69	4,7%
dont Australie	2	1,5%	-28,4%	1,7	3,3%	-23,2%	6,97	7,2%
dont Californie	6	3,4%	-25,0%	3,4	6,3%	-23,2%	6,02	2,4%
dont Chili	8	4,8%	-9,9%	4,8	9,0%	-8,5%	6,02	1,5%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

### Annexe 26 - Le marché des vins tranquilles par conditionnement

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	PDM	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
<b>Tous types de conditionnement</b>	9 510	100,0%	0,8%	3 416,4	100,0%	4,0%	3,59	3,1%
Total Verre Perdu	6 198	65,2%	-3,5%	2 778,7	81,3%	1,4%	4,48	5,0%
dont BVP 75 cl	5 877	61,8%	-3,3%	2 675,5	78,3%	1,4%	4,55	4,8%
dont litre	191	2,0%	-8,2%	34,5	1,0%	-0,6%	1,81	8,3%
dont autres	130	1,4%	-6,2%	68,6	2,0%	0,6%	5,30	7,2%
Litre verre consigné	39	0,4%	-15,9%	6,3	0,2%	-9,8%	1,61	7,3%
Bouteille plastique	337	3,5%	-2,2%	51,9	1,5%	5,5%	1,54	7,9%
Brique	27	0,3%	-18,6%	5,4	0,2%	6,1%	1,99	30,3%
Cubitainer	717	7,5%	-1,3%	77,2	2,3%	3,6%	1,08	5,0%
Bag in Box	2 191	23,0%	18,1%	496,9	14,5%	21,8%	2,27	3,1%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 27 - Le marché des vins tranquilles commercialisés sous MDD

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	PDM	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	PDM	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
Tous vins tranquilles	3 397	100,0%	7,2%	927,7	100,0%	11,6%	2,73	4,2%
Tous vins rouges	1 915	56,4%	5,4%	474,6	51,2%	8,4%	2,48	2,8%
Tous vins rosés	882	26,0%	17,1%	229,1	24,7%	22,8%	2,60	4,9%
Tous vins blancs	600	17,7%	0,1%	223,9	24,1%	8,4%	3,73	8,3%
Tous VQPRD	1 554	45,8%	0,6%	601,6	64,9%	7,6%	3,87	6,9%
dont Bordelais	342	10,1%	0,6%	137,5	14,8%	4,4%	4,02	3,8%
dont Vallée du Rhône	315	9,3%	12,6%	92,0	9,9%	16,1%	2,92	3,1%
dont Vallée de la Loire	260	7,7%	-18,8%	103,0	11,1%	-3,7%	3,96	18,6%
dont Languedoc Roussillon	119	3,5%	-0,3%	30,5	3,3%	5,3%	2,57	5,6%
dont Sud Ouest	128	3,8%	11,3%	53,6	5,8%	19,4%	4,18	7,3%
dont Provence Corse	176	5,2%	7,7%	65,3	7,0%	18,8%	3,72	10,3%
dont Alsace	102	3,0%	7,8%	55,0	5,9%	10,5%	5,41	2,4%
dont Beaujolais	46	1,3%	2,0%	21,1	2,3%	5,3%	4,62	3,3%
dont Bourgogne	63	1,9%	-1,7%	41,3	4,5%	2,3%	6,54	4,1%
Vins de Pays régionaux	751	22,1%	25,6%	158,5	17,1%	27,9%	2,11	1,8%
Vins de Pays de département	402	11,8%	-2,0%	57,4	6,2%	2,9%	1,43	5,0%
Vins de Pays de zone	121	3,6%	25,1%	30,7	3,3%	33,6%	2,53	6,8%
Vins de pays de cépage	790	23,2%	25,8%	167,5	18,1%	28,3%	2,12	2,0%
Vins de pays sans cépage	484	14,3%	1,5%	79,1	8,5%	9,5%	1,63	7,9%
Vins de table français	304	8,9%	5,9%	48,5	5,2%	11,5%	1,60	5,3%
VDPCE	259	7,6%	14,7%	28,5	3,1%	24,2%	1,10	8,3%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

## Annexe 28 - Régionalisation des ventes de vins tranquilles

	VOLUMES COMMERCIALISES		CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES		PRIX MOYENS DE VENTE	
	en 1000 hl	Evolution sur 1 an	en millions d'euro	Evolution sur 1 an	en euro par litre	Evolution sur 1 an
FRANCE ENTIERE	9 510	0,8%	3 416,4	4,0%	3,59	3,1%
NORD	946	-3,5%	350,7	-1,8%	3,71	1,7%
EST	787	-1,4%	301,7	1,5%	3,83	3,0%
REGION PARISIENNE	1 249	-0,4%	544,7	3,1%	4,36	3,5%
OUEST NORD	1 292	0,7%	460,1	4,3%	3,56	3,6%
OUEST SUD	1 070	2,8%	333,4	6,1%	3,11	3,2%
CENTRE OUEST	817	0,2%	248,5	4,6%	3,04	4,4%
CENTRE EST	1 297	3,1%	453,9	6,6%	3,50	3,5%
SUD OUEST	997	1,9%	329,7	5,2%	3,31	3,2%
SUD EST	1 056	3,2%	393,8	6,3%	3,73	3,0%

Réalisation : FranceAgriMer d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

### Définition des régions « panel »

