



Le bilan de la campagne viticole 2008/2009 est très mitigé

Les premières prévisions françaises de récolte de vins font état d'une récolte 2009 inférieure à la moyenne mais supérieure à la très faible récolte de 2008. Cependant, la conjoncture des marchés viticoles est peu porteuse actuellement avec une réduction des demandes tant intérieure qu'extérieure. Sur l'ensemble de la campagne, les prix de 2008/2009 dépassent légèrement ceux de 2007/2008 mais au contraire, pour le mois de juillet, les prix des vins d'appellation sont désormais plus bas que ceux de juillet 2005. Le niveau très bas des stocks au négoce constitue la seule note positive et laisserait entrevoir un retour aux achats pour la campagne 2009/2010.

La récolte française 2009 s'annonce plus élevée que celle de 2008

Selon les dernières estimations du Service de la statistique et de la prospective, publiées en septembre, la récolte 2009 française atteindrait 48 millions d'hectolitres (Mhl). Cette récolte serait bien supérieure à la très faible récolte 2008 (+ 12 %), mais toujours en-dessous de la moyenne des cinq dernières années (- 5 %). Seule la récolte des vins d'appellation d'origine protégée (AOP) progresserait très légèrement par rapport à la moyenne (+ 1 %), marquant une reprise de 10 % par rapport à la récolte 2008. La récolte de vins aptes à la production de Cognac dépasserait nettement les petites récoltes de 2007 et 2008 (+ 15 % par rapport à 2008) mais elle serait toujours en net recul par rapport au niveau moyen des cinq dernières années (- 5 %). La récolte de « vins avec indication géographique » (VAIG, correspondant aux vins de pays) progresse par rapport à 2008 (+ 2 %) mais pas suffisamment

pour rattraper la moyenne des cinq dernières campagnes (- 11 %).

La récolte de 2009 apportera ainsi des disponibilités supérieures à celles de l'an dernier, alors que la conjoncture des marchés viticoles reste délicate en termes de consommation et d'évolution des exportations.

La demande intérieure française baisse nettement

Selon les données des douanes françaises disponibles jusqu'en mai 2009, la consommation taxée baisse nettement par rapport à la campagne 2007/2008 et par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes. Sur les dix mois de campagne 2008/2009, la consommation taxée de vins français atteint 23,8 Mhl, niveau le plus bas jamais enregistré. En considérant que les deux derniers mois de campagne 2008/2009 suivront la moyenne des cinq dernières campagnes, le total de la consommation

taxée ne dépasserait pas 30 Mhl au cours de la campagne 2008/2009 (- 9 % par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes et - 5 % par rapport à 2007-2008). La période est donc délicate à gérer sur le marché intérieur face à une demande qui n'est pas très dynamique.

Par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes, les vins d'appellation s'en sortent relativement mieux que les autres vins avec une baisse moins forte de la consommation (- 7 % contre - 11 %). Les quantités taxées de vins d'appellation mis en circulation ne dépasseraient pas 16 Mhl en fin de campagne 2008/2009, soit le niveau le plus faible depuis la campagne 1996/1997. Pour les autres vins, le recul de la consommation est ininterrompu depuis la campagne 2005/2006, s'intégrant dans la tendance des vingt dernières années. À ce rythme, leur consommation pourrait passer sous la barre de 13 Mhl lors de la campagne 2009/2010.

Le marché intérieur français n'est donc pas très porteur avec une demande peu dynamique, confirmée par les données de ventes en vrac fournies par FranceAgriMer. Sur l'ensemble de la campagne 2008/2009, les volumes de ventes de vins de table et de pays français sont en nette réduction par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes (- 15 %) et atteignent 10,5 Mhl. Les ventes de vins de table sont descendues à un niveau historiquement bas de 2,7 Mhl et enregistrent le plus fort recul par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes (- 37 %). Les ventes de vins de pays reculent également mais à un rythme moindre (- 3 %).

En termes de couleur, ce sont les ventes de vins blancs qui se réduisent le moins fortement, avec même une progression par rapport à la moyenne pour les vins de pays blancs (+ 6 %). Mais, au total, les volumes de ventes de vins blancs ne dépassent pas 2,3 Mhl (- 6 %). Les ventes de vins rouges marquent un recul très net, le total étant à peine supérieur à 8,2 Mhl (- 17 %). Les ventes de vins de pays rouges et rosés se replient moins fortement que celles de vins de table rouges et rosés (- 5 % contre - 38 %).

Face au repli de la demande sur le marché intérieur, tant en vins de consommation courante qu'en vins d'appellation, les négociants ont adopté une stratégie d'attente en préférant écouler leurs stocks des récoltes précédentes plutôt que de s'approvisionner avec des vins de la récolte 2008. Les stocks au négoce, tous vins confondus, et chez les distributeurs sont à un niveau assez bas (- 13 % pour les stocks au négoce par rapport à mai 2008).

Les marchés extérieurs sont en retrait à la suite du ralentissement de l'économie mondiale

Les exportations françaises de vins affrontent également une demande extérieure moins importante que lors des trois dernières campagnes. Pour l'ensemble des produits vinifiés et sur la période d'août 2008 à juin 2009, les volumes exportés approchent 15,6 Mhl, ce qui marque un recul très net par rapport au niveau moyen des cinq dernières campagnes.

Les exportations de vins tranquilles d'appellation se replient à 4,5 Mhl, le volume le plus faible depuis le début de la décennie. À destination des pays membres de l'Union européenne, le recul est beaucoup plus important que vers les pays tiers. Pour l'heure, les exportations vers l'Union européenne de vins tranquilles d'appellation atteignent tout juste 2,8 Mhl. Les exportations vers le Royaume-Uni chutent très fortement pour s'élever à moins de 0,8 Mhl (- 27 %). Elles sont également en retrait vers les deux autres principales destinations européennes que sont l'ensemble Belgique-Luxembourg et l'Allemagne (respectivement 0,76 Mhl et 0,54 Mhl, soit - 15 % et - 21 %). Mais le ralentissement rapide de la demande européenne en vins français est à mettre en perspective avec le très haut niveau des exportations de vins d'appellation au cours des campagnes 2006/2007 et 2007/2008.

Vers les pays tiers, les exportations de vins tranquilles d'appellation se réduisent également mais moins

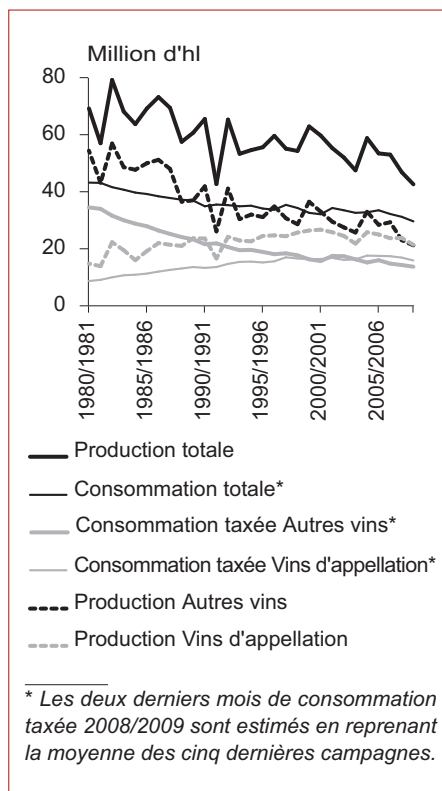
fortement, le volume exporté approchant 1,7 Mhl en cumul au mois de juin. Cependant, les marchés américains, japonais et canadiens reculent nettement par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes (- 9 %, - 16 % et - 4 %). Le ralentissement général de l'économie mondiale se fait ressentir sur la demande des principaux partenaires internationaux en vins d'appellation français.

Les exportations de champagnes se distinguent par la rapidité de la dégradation des volumes vendus sur les marchés extérieurs (seulement 0,76 Mhl en cumul au mois de juin 2009 contre plus de 1 Mhl en cumul au mois de juin 2008). Les exportations vers l'Union européenne s'élèvent tout juste à 0,53 Mhl et celles vers les pays tiers atteignent seulement 0,23 Mhl. Les exportations de champagnes se réduisent en particulier vers les États-Unis (- 62 %) et le Royaume-Uni (- 19 %). La baisse des exportations vers les États-Unis provient aussi du fait qu'une partie des exportations destinées à ce pays passe désormais par la Belgique et le Luxembourg.

Les évolutions en volume et en valeur par rapport à la campagne 2007/2008 pour les VQPRD tranquilles et les champagnes suivent le même rythme que les prix ayant eu des évolutions très modérées au cours de la campagne. En revanche, par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes, le repli en valeur des vins d'appellation tranquilles est plus modéré que celui en volume. Par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes, la valorisation des exportations continue de croître faiblement vers le Canada (+ 1 %) alors qu'elle chute vers les États-Unis et le Japon (- 11 % et - 10 %). Elle est globalement positive.

Pour la campagne 2008/2009, la contraction de la demande extérieure est très nette, en même temps que celle de la demande intérieure. La hausse des prix des vins d'une campagne à l'autre est par conséquent très modérée au regard des faibles volumes récoltés en 2008. Par ailleurs, les prix des vins de table et de pays rouges et rosés finissent la campagne à des niveaux relativement peu élevés.

Production et consommation de vins diminuent tendanciellement



Sources : DGDDI (Douanes), Agreste

Les prix des vins blancs, avec des volumes très faibles, présentent une évolution légèrement plus favorable.

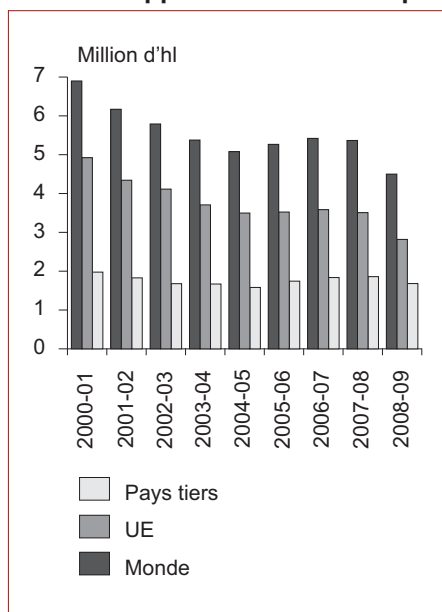
L'évolution des prix est modeste comparée aux campagnes antérieures

Les prix moyens de la campagne 2008/2009 des vins rouges et rosés de table augmentent légèrement par rapport à la dernière campagne et approchent 3,40 €/°hl (+ 4 %). Pour les vins rouges et rosés de pays, les prix moyens de campagne sont à peine plus élevés que ceux de la campagne 2007/2008, à 4,30 €/°hl (+ 1,6 %). Les prix des vins blancs progressent par rapport à 2007/2008 mais la hausse s'est réduite, comparée à la forte progression connue en 2007/2008 (+ 7 % pour les vins de table et + 8 % pour les vins de pays par rapport à 2007/2008). Les prix des vins d'appellation finissent la campagne 2008/2009 sur des niveaux plus faibles que lors des deux dernières campagnes. L'indice des prix à la production des vins d'appellation (Ippap) du mois de juillet est inférieur de près de 7 % à celui de juillet 2008. Toutefois, étant donné la croissance des prix au premier semestre de campagne, l'indice moyen de campagne reste supérieur de 3 % à celui de 2007/2008. L'ippap des appellations

de Bourgogne de juillet 2009 baisse de 22 % par rapport au mois de juillet 2008 ; la correction des prix s'accélère depuis deux mois. En moyenne de campagne 2008/2009, l'ippap de ces appellations se replie de 5 % par rapport à 2007/2008. L'ippap des appellations de Bordeaux est plus élevé en

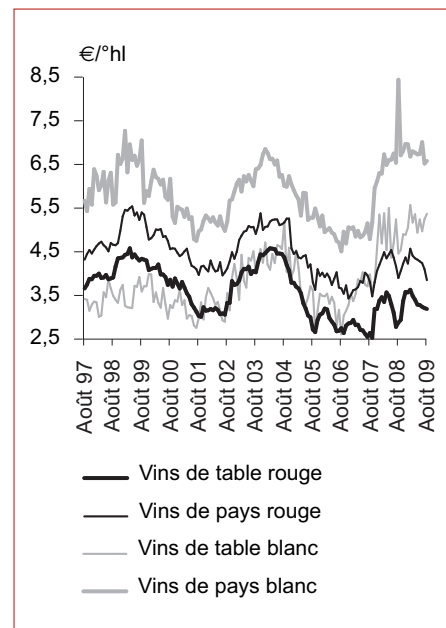
moyenne de campagne par rapport à 2007/2008 (+ 3 %) mais l'indice de juillet 2009 est inférieur de 5 % par rapport à juillet 2008. Pour les Côtes-du-Rhône, l'évolution des prix est stable en moyenne de campagne mais l'ippap de juillet est en repli de 3 % par rapport à l'an dernier.

En 2008/2009, les volumes exportés de vins d'appellation sont en repli



Source : DGDDI (Douanes)

L'évolution moyenne des prix des vins de consommation courante est modérée



Source : FranceAgriMer - Contrats d'achat

Les volumes exportés baissent nettement

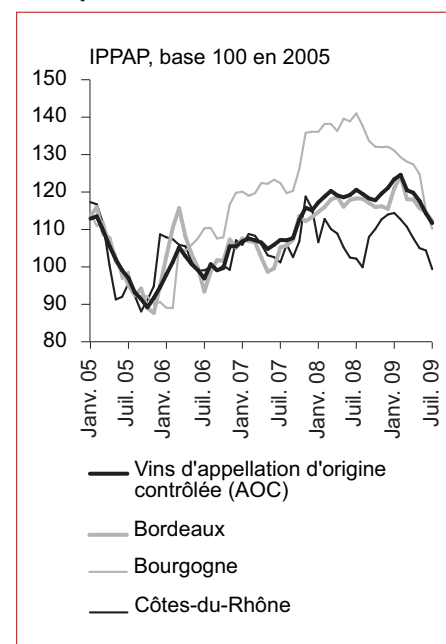
Unité : %

	Évolution du volume cumulé par rapport à 2007/2008		Évolution en valeur par rapport à 2007/2008	
	VQPRD tranquilles	Champagne	VQPRD tranquilles	Champagne
UE	- 19,6	- 26,8	- 18,3	- 29,9
Pays tiers	- 9,6	- 16,0	- 16,6	- 16,6
Monde	- 11,9	- 23,9	- 17,5	- 25,9

	Évolution du volume cumulé par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes		Évolution en valeur par rapport à moyenne des cinq dernières campagnes	
	VQPRD tranquilles	Champagne	VQPRD tranquilles	Champagne
UE	- 20,9	- 15,8	- 6,3	- 9,8
Pays tiers	- 3,3	- 25,7	+ 3,5	- 25,0
Monde	- 15,1	- 19,0	- 1,8	- 15,6

Source : DGDDI (Douanes)

Les prix à la production sont en repli sur les six derniers mois



Sources : Agreste, Insee

Sources

- Les prix et volumes de ventes en vrac des vins de table et de pays sont fournis par FranceAgriMer sur www.onivins.fr/
- Les données de consommation taxée sont fournies par le bureau F3 des Douanes : www.douane.gouv.fr/
- Les données du commerce extérieur des vins sont fournies par la Direction générale des douanes et droits Indirects (DGDDI)
- L'indice des prix à la production (Ippap) : Insee, Agreste

Pour en savoir plus

Toutes les informations conjoncturelles et structurelles sur les vins sont disponibles à parution sur le site Agreste de la statistique agricole : www.agreste.agriculture.gouv.fr

- dans « Données en ligne - Conjoncture agricole - Viticulture » pour les séries chiffrées
- dans la rubrique « Conjoncture - Viticulture » pour les publications Agreste Conjoncture

Les dernières publications Agreste parues sur le thème sont :

- « Un potentiel de récolte estimé à 48 millions d'hectolitres », Infos rapides Viticulture n° 3, septembre 2009.
- « Un potentiel de récolte estimé à 48,1 millions d'hectolitres », Infos rapides Viticulture n° 2, août 2009.
- « Marché viticole : campagne 2008/2009 décevante pour les ventes de vins français », Synthèse Viticulture n° 2009/74, juin 2009.

Le Centre de documentation et d'information Agreste (CDIA) : ouverture les lundis, mardis et jeudis de 14 h à 17 h - Tél. : 01 49 55 85 85, Mél. : agreste-info@agriculture.gouv.fr

Organismes et abréviations

- AOP : appellation d'origine protégée
- Ippap : indice des prix des produits agricoles à la production
- SAA : statistique agricole annuelle, Agreste (données historiques de productions et de surfaces)
- VAIG : vins avec indication géographique
- VQPRD : vins de qualité produits dans des régions délimitées



Agreste : la statistique agricole

Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche
Secrétariat Général
SERVICE DE LA STATISTIQUE ET DE LA PROSPECTIVE
12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 70007 - 93555 MONTREUIL SOUS BOIS Cedex
Tél. : 01 49 55 85 05 - Site Internet : www.agreste.agriculture.gouv.fr

Directrice de la publication : Fabienne Rosenwald
Rédacteur : Pierre Carrelet
Composition : SSP Beauvais
Dépôt légal : À parution
ISSN : 1274-1086
© Agreste 2009

Cette publication est disponible à parution sur le site Internet de la statistique agricole
www.agreste.agriculture.gouv.fr