



Viniflor infos

12 rue Henri Rol-Tanguy - 93555 Montreuil-sous-Bois - Tél. : 01 73 30 33 00 - Fax : 01 73 30 35 90 - www.viniflor.fr

n°160
février 2009

vins & cidres



**Pratiques
culturales et
œnologiques :**

connaissances et
opinions des Français

Tableau de bord

à fin janvier 2009

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

Bilan 2007-2008



Sommaire

■ TABLEAU DE BORD GENERAL DEBUT JANVIER 2009	2
■ MARCHES A LA PRODUCTION.....	5
■ CONSOMMATION TAXEE.....	69
■ PRATIQUES CULTURALES ET ŒNOLOGIQUES : CONNAISSANCE ET OPINION DES FRANÇAIS.....	71
■ BILAN VENTES VINS TRANQUILLES EN GRANDE DISTRIBUTION.....	81



Unité cultures et filières spécialisées
Dossier suivi par : Philippe JANVIER
philippe.janvier@viniflor.fr

Tableau de bord général début janvier 2009

La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles VINIFLHOR-INFOS est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : « extrait VINIFLHOR-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 VINIFLHOR devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par VINIFLHOR

Tableau de bord général début janvier 2009

Marchés à la production

■ VQPRD ROUGES (FIN DECEMBRE 2008)

Dans un contexte marqué par la faiblesse particulière du disponible le cumul des volumes échangés à fin décembre est en net recul sauf pour les AOC de la Vallée du Rhône qui sont également les seules à connaître des cours moyens à 5 mois de campagne à la baisse.

■ VQPRD ROSES (FIN DECEMBRE 2008)

Tensions fortes sur les cours en cohérence avec une demande soutenue et des disponibilités raréfiées.

■ VQPRD BLANCS (FIN DECEMBRE 2008)

Volumes de transaction en net retard à 5 mois de campagne sauf pour l'appellation Alsace pour laquelle nous ne disposons que de l'enregistrement du vrac soit 15 % des échanges. Les cours cumulés sont à la hausse pour la plupart des appellations. A noter la stabilisation du cours élevé du Muscadet et la baisse du prix du Chablis après plusieurs campagnes de hausse.

■ VINS DE TABLE ET DE PAYS ROUGES ET ROSES (A 23 SEMAINES 2008-2009)

Activité nettement en retrait en vins de table (932 mhl; - 36 % / 23 semaines 2007-2008) et en vins de pays (1 909 mhl ; - 22 % / 23 semaines 2007-2008). Les vins de la récolte 2008 sont en retard encore plus significatif : - 50 % en vins de table, - 38 % en vins de pays. Après une hausse rapide d'août à novembre le prix des vins de table se stabilise à moins de 3,60 €/°.hl. A 3,39 €/°.hl la moyenne pondérée à 23 semaines est en progression de 6 %. Evolution similaire du cours des vins de pays oscille depuis la fin de l'année autour de 55 €/hl et s'établit en moyenne pondérée à 52,97 €/hl (+4 % / 23 semaines).

■ VINS DE TABLE ET DE PAYS BLANCS (A 23 SEMAINES 2008-2009)

Malgré une reprise d'activité en fin d'année, les transactions restent en recul : 302 mhl ; - 32 % / 23 semaines 2007-2008 en vins de table, 549 mhl ; - 29 % en vins de pays. Les cours sont en hausse.

Marchés à la consommation

■ CONSOMMATION TAXEE (A FIN MAI 2008)

Les volumes enregistrés pour le premier trimestre de la campagne sont en retrait de - 6,8 % avec - 8,6 % en VQPRD et - 4,7 % pour les autres vins.

Commerce extérieur

■ EXPORTATIONS DE VINS A 11 MOIS (JANVIER-NOVEMBRE 2008)

Sur les onze premiers mois de l'année 2008, les exportations de vin sont en progression en valeur (6,28 Mds €, +0,8%/ 11 mois 2007), mais enregistrent une baisse significative en volume (14,12 millions d'hl, -10,6 %/11 mois 2007) et ce pour la plupart des catégories de produits. La situation économique mondiale au ralenti et une parité euro/dollar et euro/livres défavorables expliquent en partie ces résultats. La crise financière intervenue à l'automne a eu pour effet d'accélérer la tendance à la baisse. Toutefois, il faut nuancer ces résultats, l'année 2007 était une année record pour les exportations de vins (14,3 millions d'hl pour 6,2 Mds €), et l'année 2008 reste une meilleure année que 2006 (13,5 millions d'hl pour 5,7 Mds €) ou même 2005 (12,9 millions d'hl pour 5,1 Mds €).



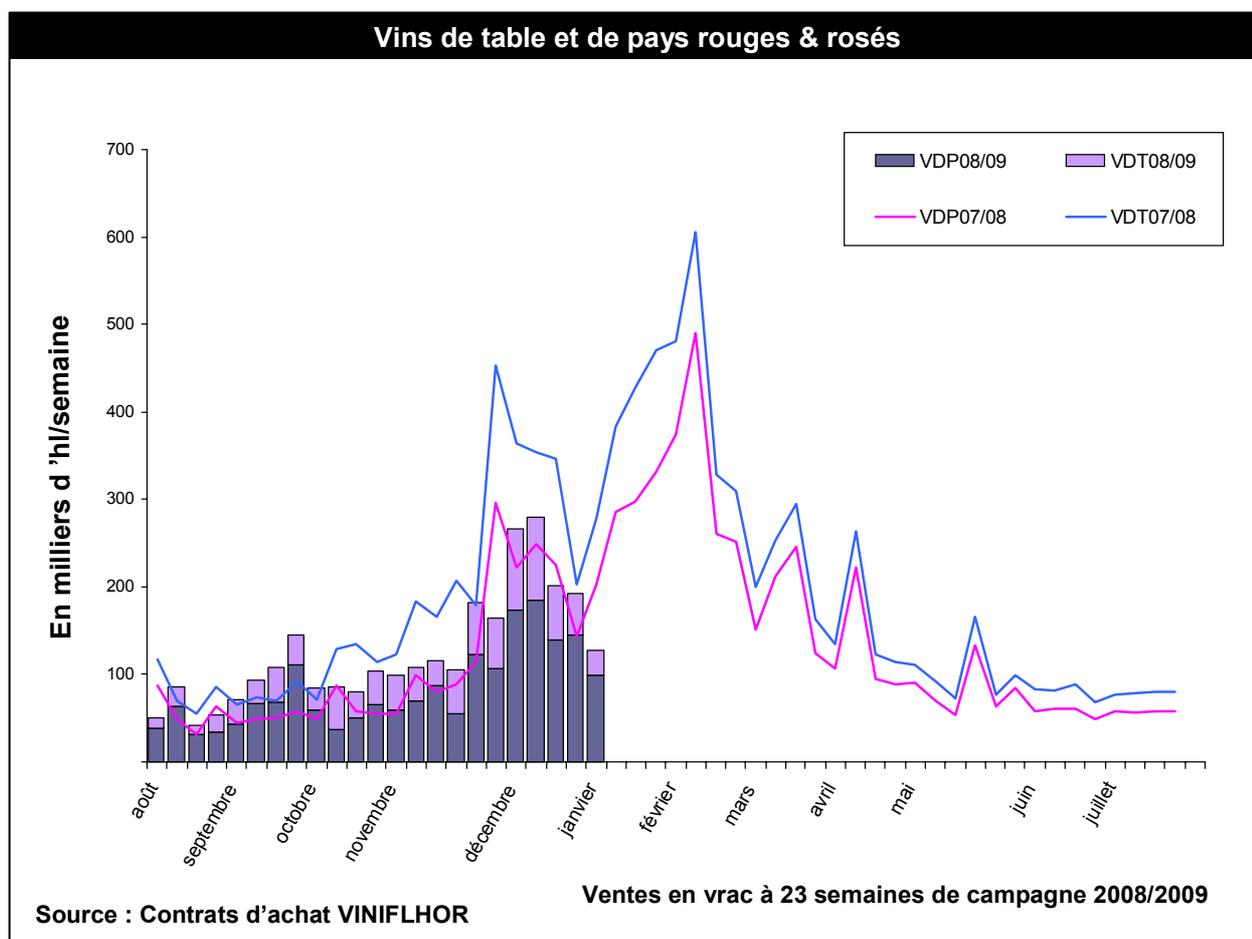
Unité cultures et filières spécialisées
Dossier suivi par : Philippe JANVIER
philippe.janvier@viniflor.fr

Marchés à la production début janvier 2009

La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles VINIFLHOR-INFOS est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : « extrait VINIFLHOR-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 VINIFLHOR devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par VINIFLHOR

Marchés des vins de table rouges et rosés

Volumes



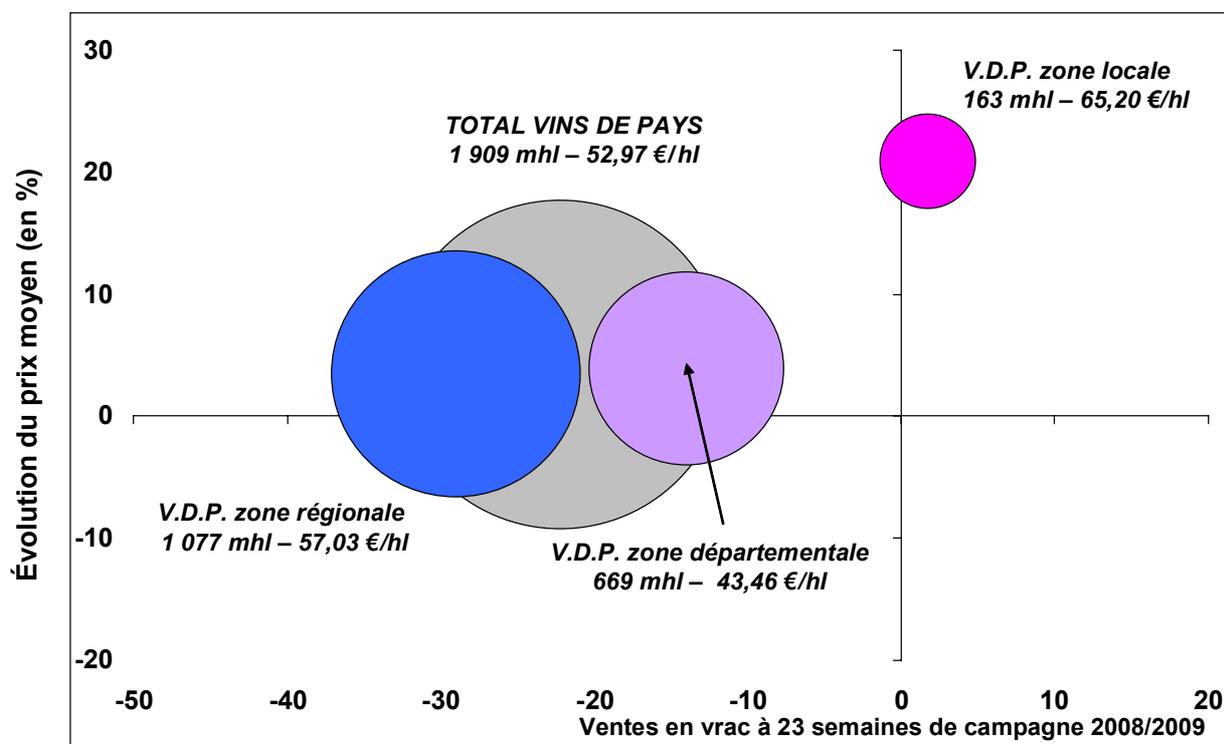
Après un début de campagne relativement peu actif, le marché des vins de table rouges et rosés s'est quelque peu animé grâce à une légère augmentation des volumes échangés. Malgré ce réveil de l'activité les volumes hebdomadaires moyens commercialisés en décembre (221 mhl/semaine) sont restés nettement inférieurs à ceux que l'on avait pu observer en décembre 2007 (344 mhl/semaine).

Depuis le début de la campagne 2008-2009, cette faible activité se traduit donc tous millésimes confondus par une baisse sensible des ventes cumulées de vins de table rouges et rosés (-28 % / 23 semaines 2007-2008) qui ne s'élèvent qu'à 2,8 millions d'hl. Avec 932 mhl commercialisés depuis le mois d'août dernier (-36 % / 23 semaines 2007-2008), les ventes de vins de table sans indication géographique sont le plus fortement touchées par cette réduction de l'activité. Le recul est cependant aussi important pour les vins de pays avec seulement 1 909 mhl échangés depuis le début de la campagne, soit 22 % de moins que l'année dernière à la même date.

De la même manière, le retard de l'activité est aussi très significatif pour les vins de la nouvelle récolte avec des transactions cumulées de vins de table sans indication géographique qui ne s'élèvent qu'à 423 mhl depuis le début de la campagne, en baisse de 50 % par rapport à leur niveau des 23 premières semaines de campagne précédente, les

ventes de vins de pays ne représentant quant à elles qu'un total de 753 mhl, soit une baisse de 38 % par rapport à 2007-2008.

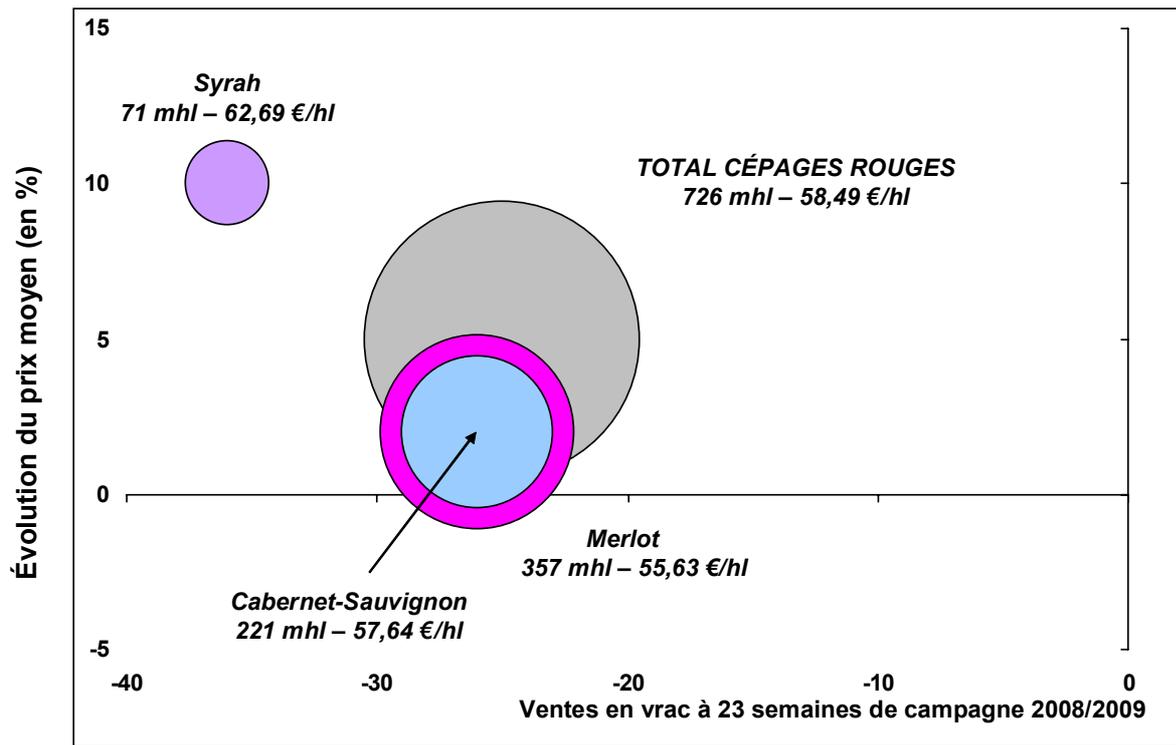
Vins de pays rouges et rosés par type de zone



Source : Contrats d'achat VINIFLHOR Évolution du volume (en %)

L'analyse des ventes des différentes catégories réglementaires de vins de pays permet de constater que cette situation pèse le plus lourdement sur les vins de pays de région (1 077 mhl) et les vins de département (669 mhl) dont les ventes cumulées (notamment dans le Gard et l'Hérault) sont en baisse respective de 30 % et de 14 % par rapport à 2007-2008. L'orientation des ventes est aussi baissière pour les vins de pays de zone locale dont l'avance commerciale sur la campagne précédente a fondu en l'espace de quelques semaines.

Vins de pays rouges avec mention du cépage

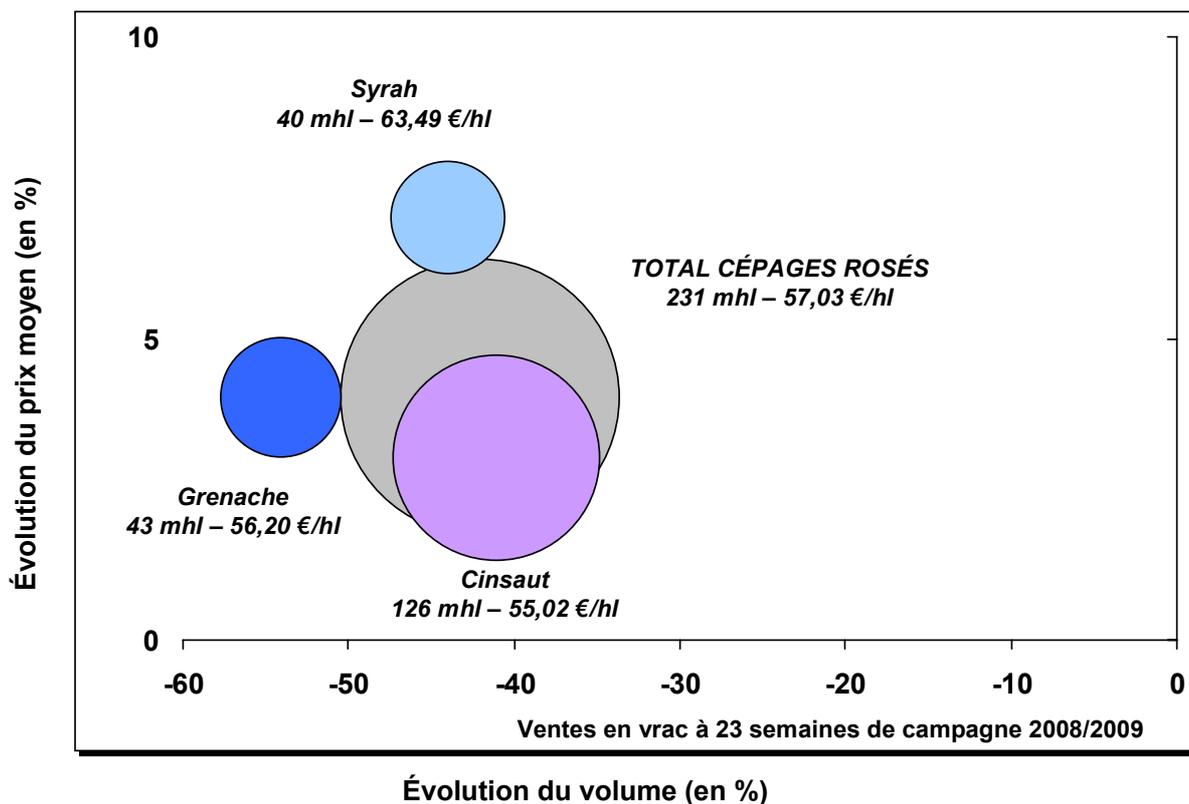


Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

Sous l'effet d'un fort recul des ventes des vins de pays d'Oc rouges (714 mhl ; -27 % / 23 semaines 2007-2008), les échanges cumulés de vins de pays mentionnant un cépage rouge (726 mhl ; -25 %) accusent eux aussi un retard important sur les volumes plus élevés que l'on avait pu observer l'année dernière à ce stade de la campagne.

Concernant les principaux cépages, la baisse est ainsi particulièrement marquée sur les ventes de syrah (71 mhl ; -36 %), mais aussi sur le cabernet sauvignon (221 mhl) et sur le merlot (357 mhl), en recul de 26 % par rapport à 2007-2008.

Vins de pays rosés avec mention du cépage

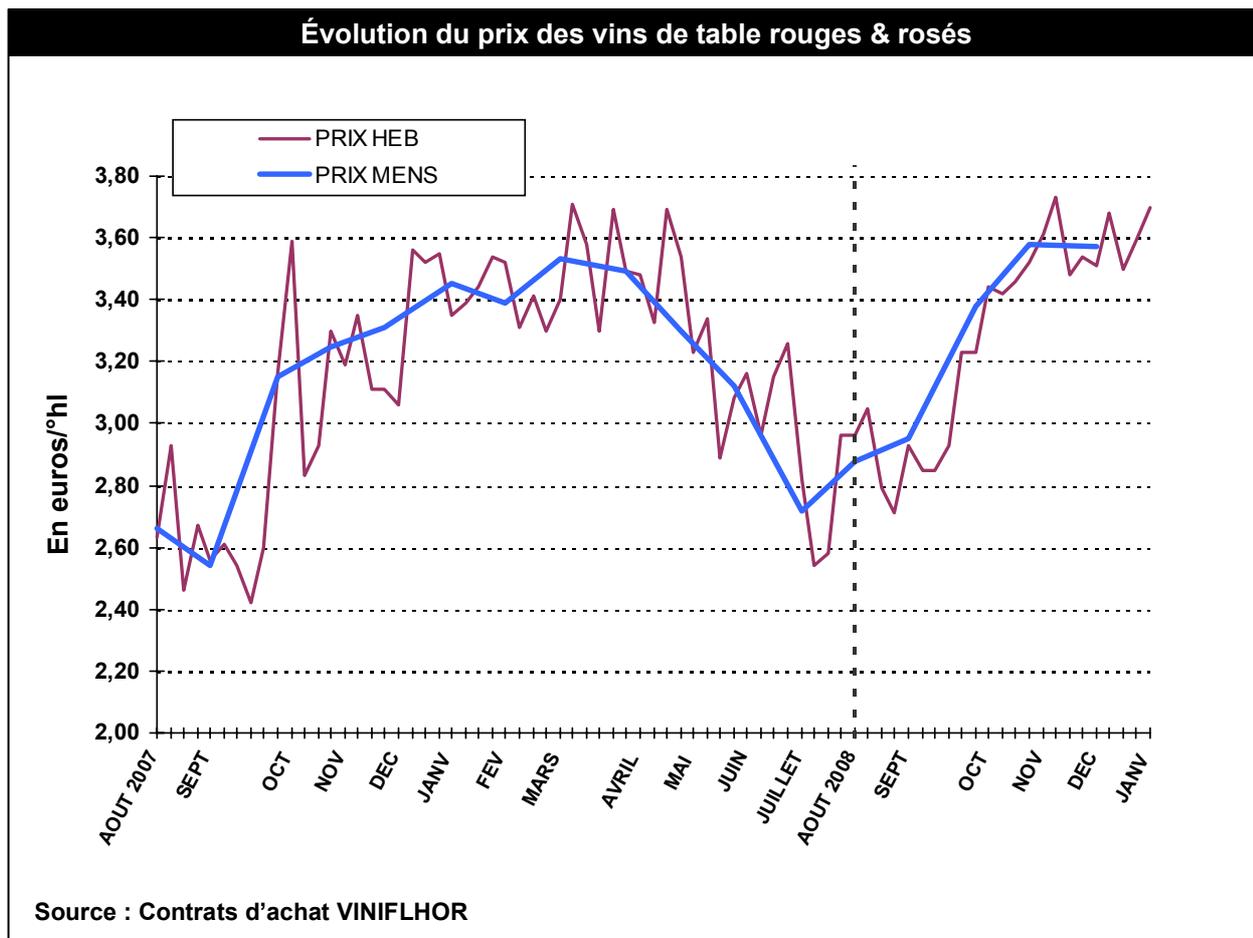


Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

Conformément à la baisse des ventes cumulées de vins de pays d'Oc en rosé (246 mhl ; -42 % / 23 semaines 2007-2008), le recul de la commercialisation par rapport à la campagne précédente reste aussi marqué pour les vins de pays mentionnant un cépage rosé (231 mhl ; -42 %).

Les transactions en cinsaut (126 mhl ; -41 %) et en syrah (40 mhl ; -44 %) sont toujours très inférieures à celles de la campagne précédente malgré la légère amélioration par rapport à la mi-novembre dernier. La situation est par contre encore plus dégradée en grenache avec seulement 43 mhl (-54 %) commercialisés depuis le début de la campagne 2008-2009.

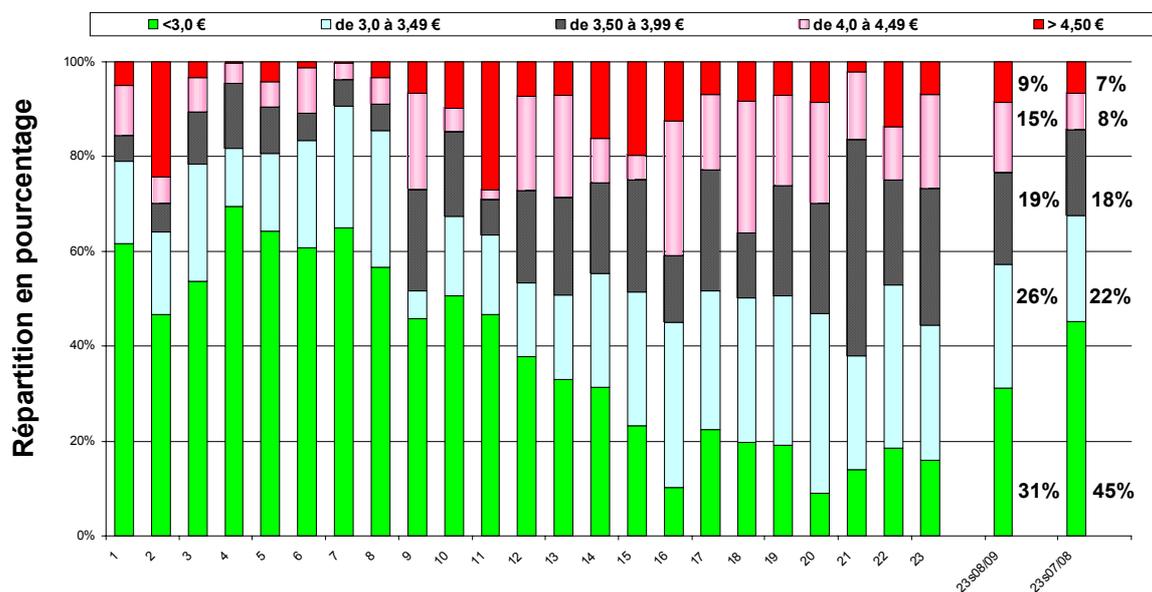
Prix des vins de table sans indication de provenance



Conformément à l'activité réduite qui prévaut actuellement sur le marché, les cours des vins de table sans indication géographique se sont quelque peu stabilisés et plafonnent désormais sous la barre des 3,70 €/°.hl.

Suite à la progression observée l'automne dernier, ils s'établissent donc désormais tous millésimes confondus à 3,39 €/°.hl de moyenne pondérée depuis le début de la campagne, en hausse modérée de 6 % par rapport à 2007-2008, tandis que les nouveaux vins se négocient pour leur part à un niveau légèrement plus élevé à 3,84 €/° .hl (+9 %).

Répartition des transactions par tranches de prix des vins de table rouges & rosés



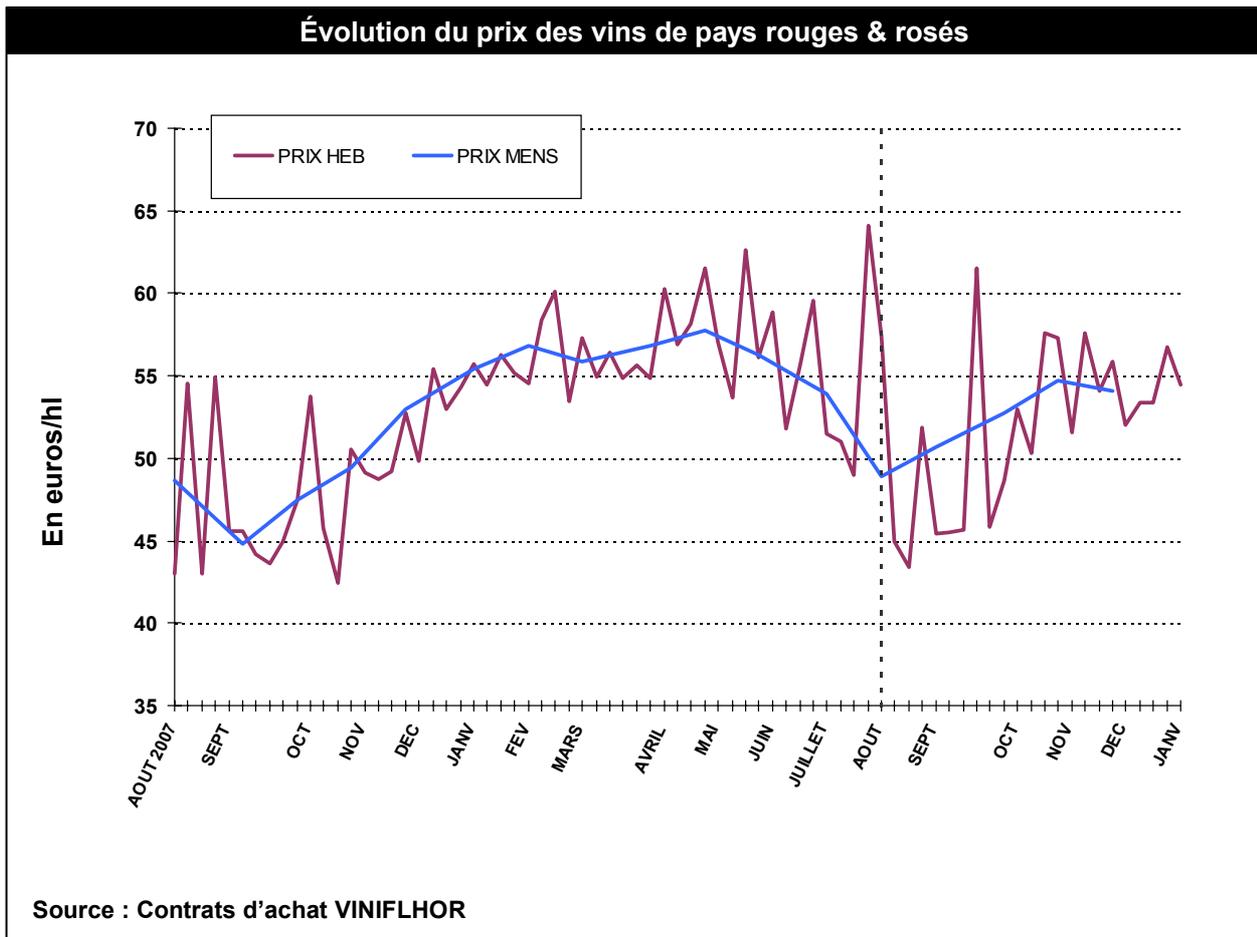
Ventes en vrac à 23 semaines de campagne 2008/2009

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

Analysée par tranche de prix, cette évolution de la valorisation des vins de table à 23 semaines de campagne se traduit par une forte diminution des volumes échangés à moins de 3,00 €/°.hl qui ne représentent plus en moyenne que 30 % des volumes échangés contre 45 % en 2007-2008.

Depuis la mi-novembre dernier, elle résulte aussi de l'arrivée sur le marché de vins de la nouvelle récolte mieux valorisés qui s'est traduite par un élargissement de la part des vins commercialisés entre 3,00 et 4,50 €/°.hl, représentant désormais 60 % des transactions contre 48 % sur les 23 premières semaines de la campagne dernière.

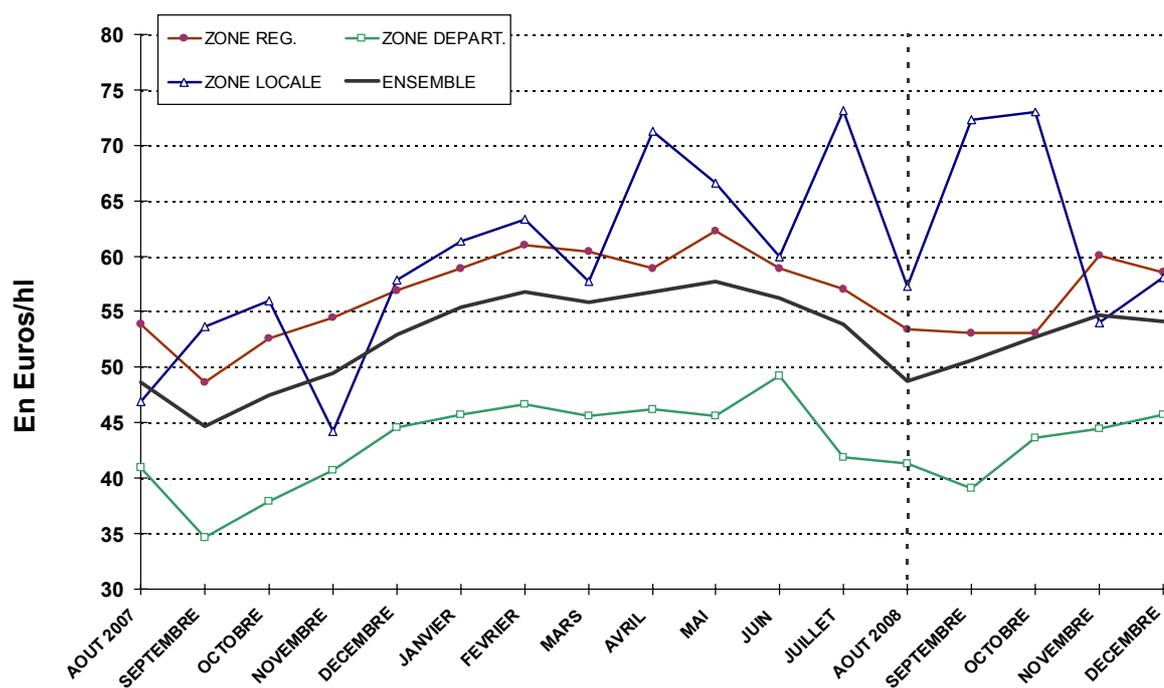
Prix des vins de pays rouges et rosés



Suite au ralentissement de l'activité de l'automne, la progression hebdomadaire des cours des vins de pays s'est quelque peu amortie depuis le mois de novembre dernier et semble marquer une pause plus précoce que lors de la campagne précédente.

Compte tenu du rebond observé sur le début de la campagne, le prix moyen pondéré de ces vins reste néanmoins en légère augmentation par rapport à la campagne précédente, s'établissant tous millésimes confondus à 52,97 €/hl (+4 % / 23 semaines 2007-2008) et à 55,79 €/hl (-1 %) pour les vins de la nouvelle récolte.

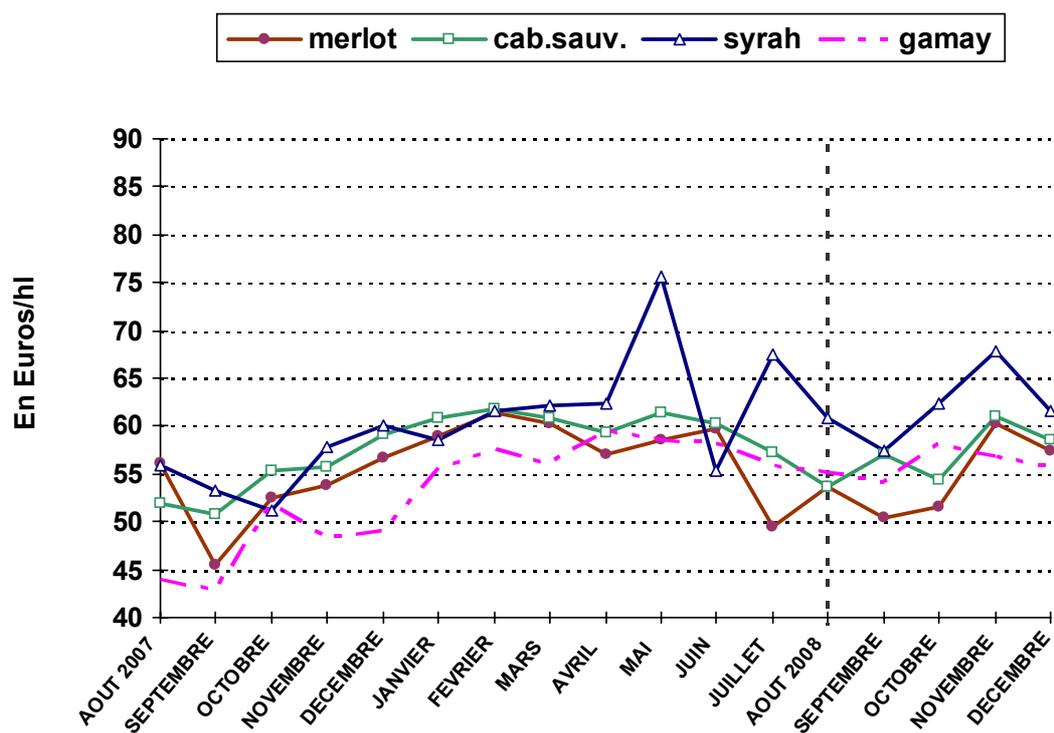
Évolution du prix des vins de pays rouges et rosés par type de dénomination



Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

Alors que le cours des vins de zone locale (65,20 ; +21 % / 23 semaines 2007-2008) rebondit et que celui des vins de département (43,46 €/hl ; +4 % / 23 semaines 2007-2008) progresse encore légèrement par rapport au mois dernier, cette orientation des prix des vins de pays s'explique principalement par la baisse mensuelle du cours des vins de région (57,03 €/hl ; +3 % / 23 semaines 2007-2008) qui apparaît par contre toujours en légère hausse par rapport à son niveau moyen de la campagne précédente.

Évolution du prix des vins de pays rouges par cépage

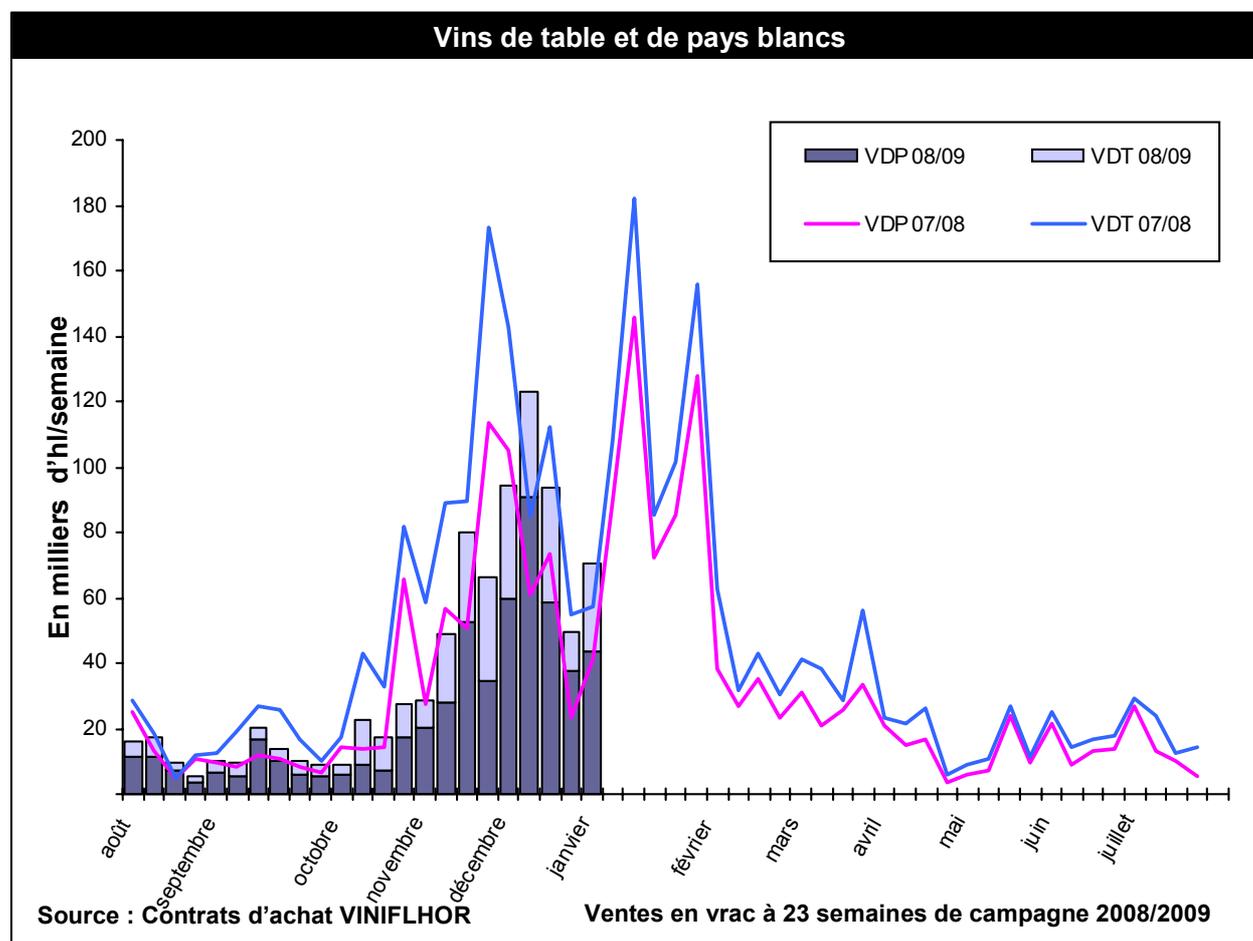


Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

De la même manière, tous les principaux cépages rouges en volume enregistrent aussi des inflexions à la baisse plus ou moins marquées par rapport au mois dernier. La progression reste donc modeste pour les principaux cépages internationaux que sont le merlot (55,63 €/hl ; +5 % / 23 semaines 2007-2008), le cabernet sauvignon (57,69 €/hl ; +2 %) et la syrah (62,68 €/hl ; +10 %), dont les ventes sont plus limitées.

Marché des vins de table blancs

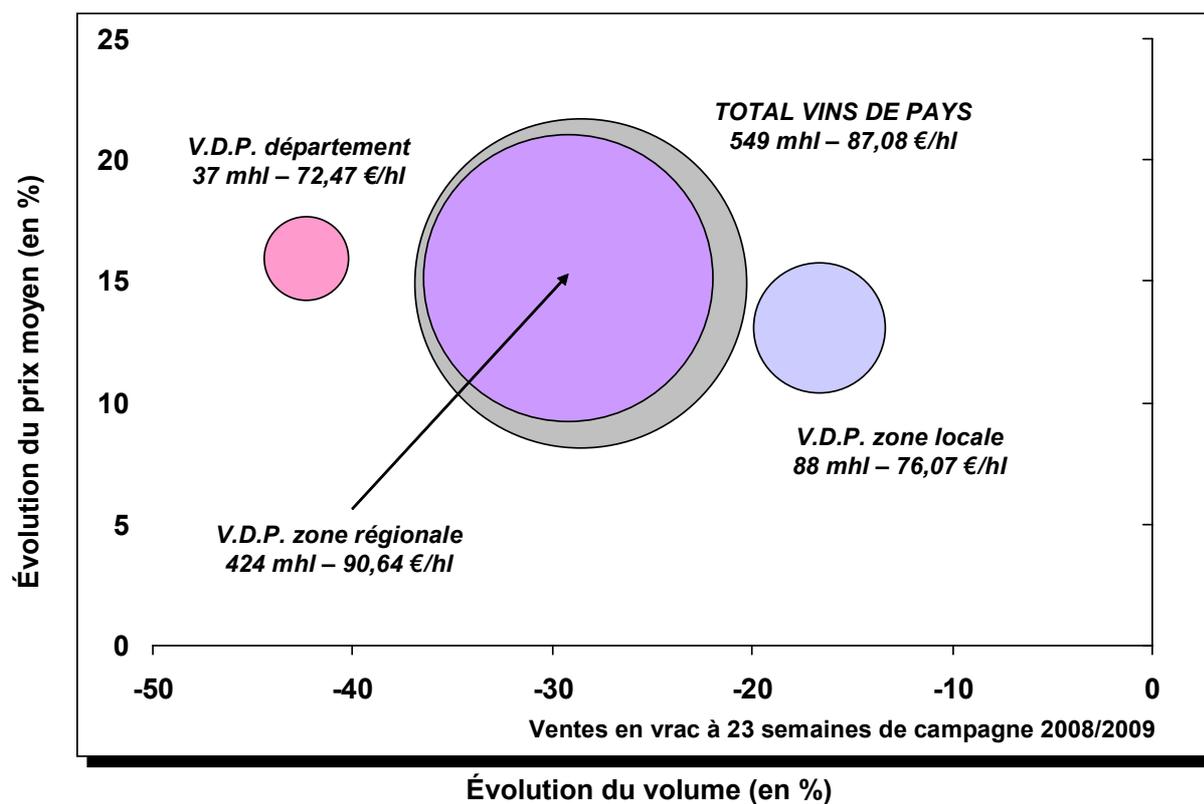
Volumes



Avec un peu de retard par rapport à l'année dernière, le marché des vins de table blancs s'est aussi quelque peu activé depuis la mi-novembre dernier. Au regard de la faiblesse des disponibilités de la campagne et de la demande qui s'exprime, le rythme des affaires reste cependant relativement faible et inférieur à celui que l'on avait pu observer l'année dernière avec, en décembre 2008, un volume de transactions hebdomadaire moyen de 85 mhl/semaine contre 114 mhl/semaine en décembre 2007.

D'un mois sur l'autre, le déficit de la commercialisation de ces vins par rapport à la campagne précédente s'est donc quelque peu réduit. A 23 semaines de campagne 2008-2009, il reste toutefois conséquent pour l'ensemble des millésimes en vins de table sans indication géographique de provenance (302 mhl ; -32 % / 23 semaines 2007-2008) comme en vins de pays (549 mhl ; -29 %). Le retard des ventes est aussi important pour les nouveaux vins avec une baisse des ventes de 33 % pour les vins de table sans IG (252 mhl) et de 29 % pour les vins de pays de la récolte 2007 (422 mhl).

Vins de pays blancs par type de zone

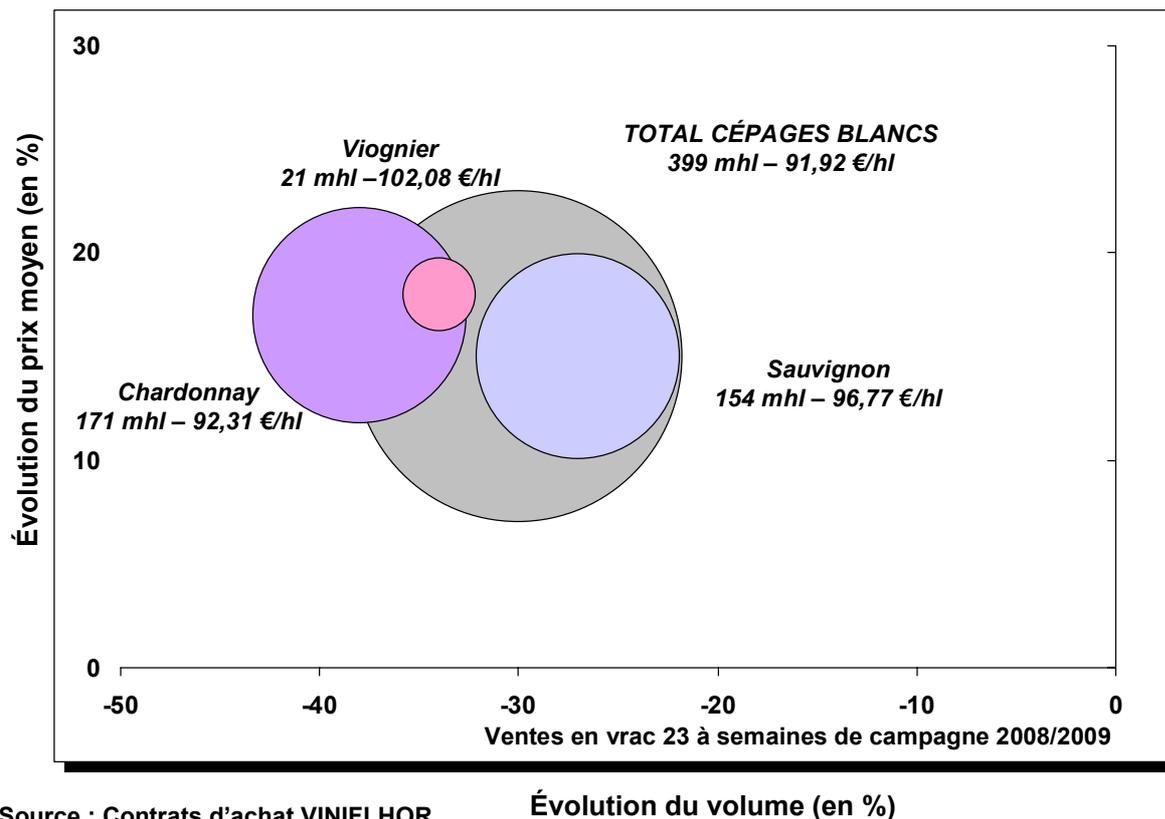


Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

Dans le détail de l'analyse des échanges de vins de pays, on constate que tous les types de vins de pays sont touchés par cette évolution commerciale.

Le recul est particulièrement significatif sur les vins de pays de région (-29 % / 23 semaines 2007-2008 à 424 mhl tous millésimes confondus ; -31 % à 335 mhl pour les nouveaux vins) et les vins de pays de zone locale (-17 % à 88 mhl tous millésimes confondus ; -4 % à 57 mhl pour les nouveaux vins) qui constituent la grande majorité des volumes échangés sur ce segment du marché des vins de table.

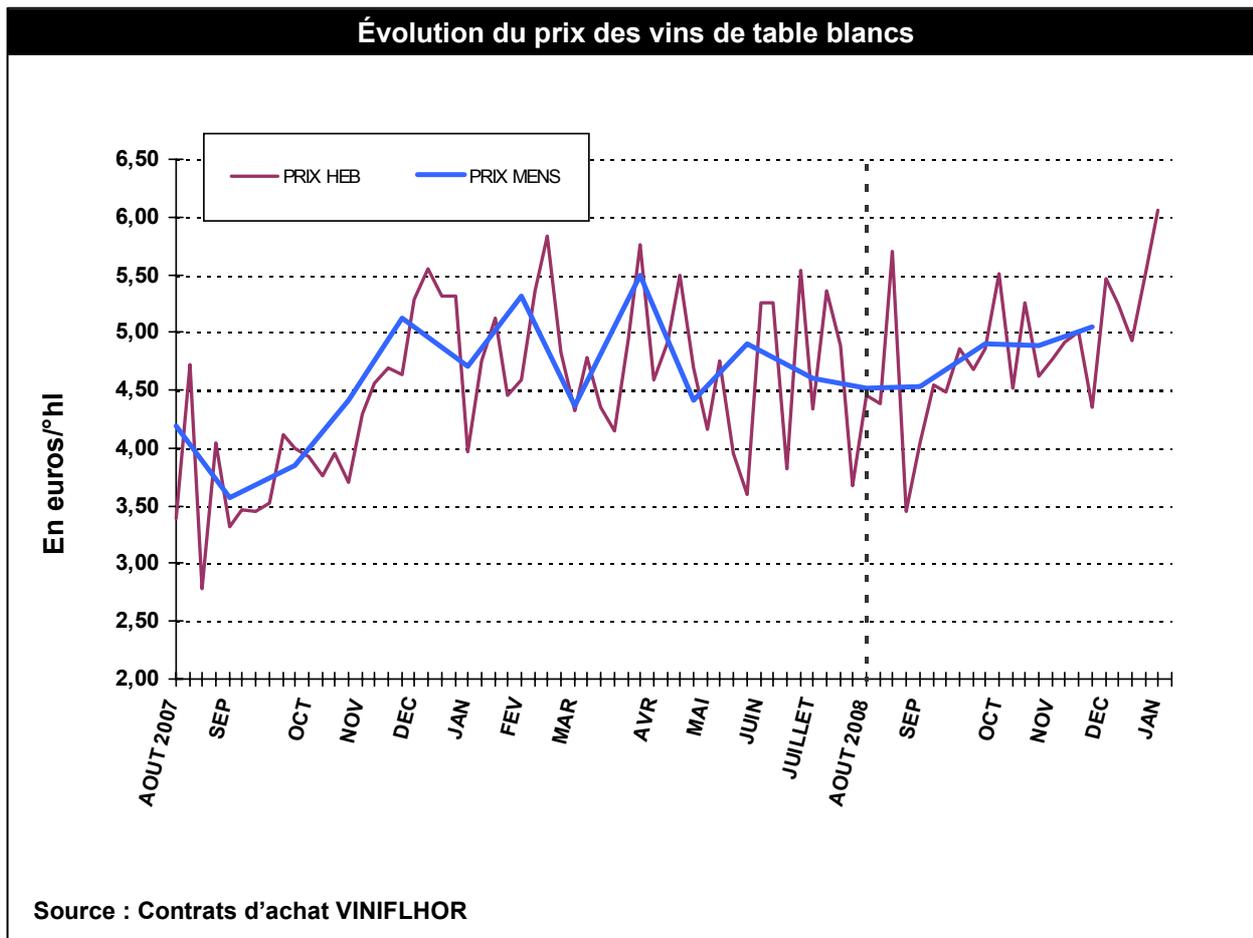
Vins de pays blancs avec mention du cépage



De la même manière, sous l'effet de la faible activité sur les vins de pays d'Oc en blanc (382 mhl ; -29 % / 23 semaines 2007-2008), la commercialisation des vins de pays mentionnant un cépage blanc (398 mhl ; -30 %) est toujours en très net recul par rapport à celle que l'on avait pu observer en 2007-2008.

Les transactions cumulées sur les deux principaux cépages en volume : chardonnay (171 mhl ; -38 %) et sauvignon (154 mhl ; -27 %) ; sont très inférieures à celles de la campagne précédente.

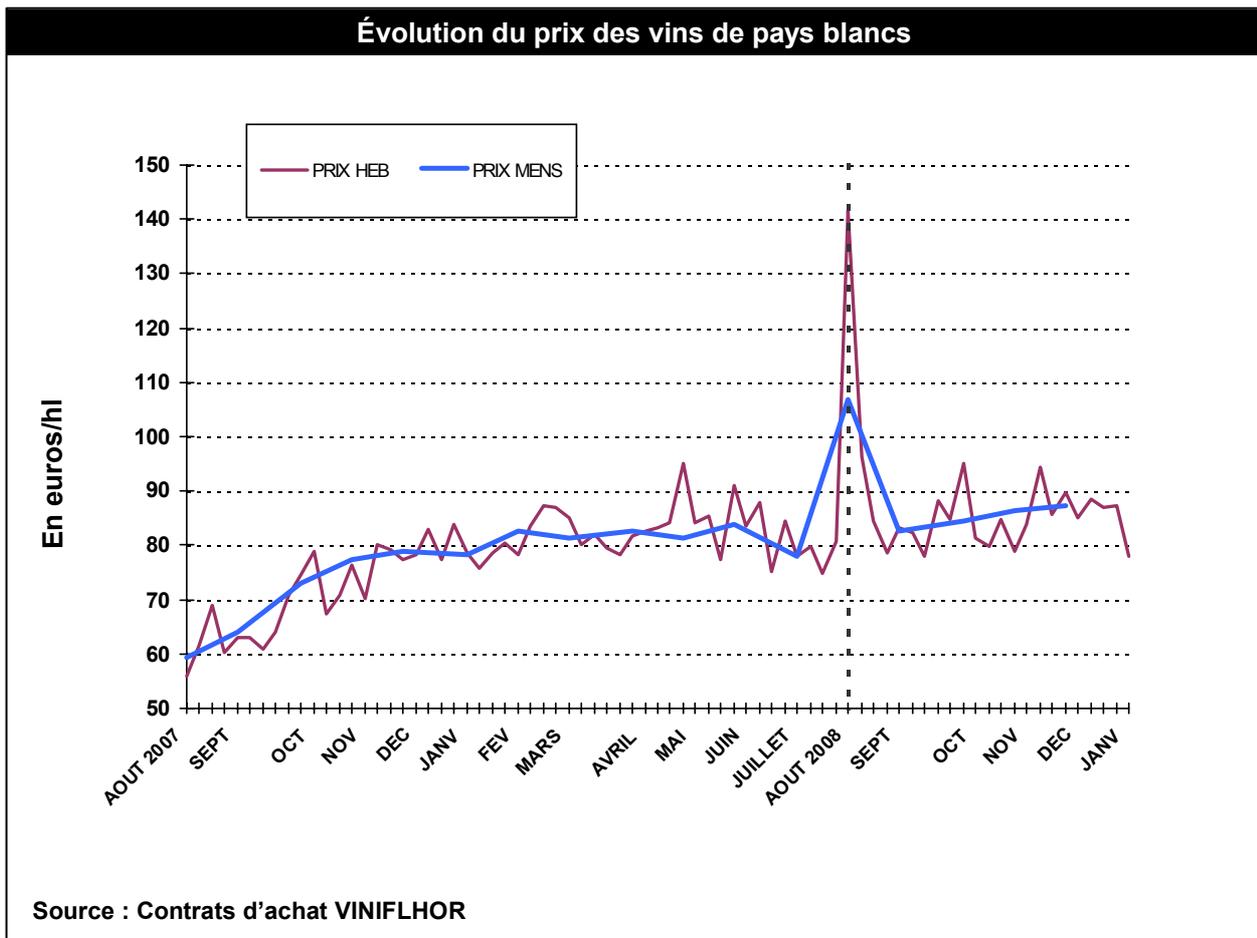
Prix des vins de table sans indication géographique



Face à la faiblesse des disponibilités qui prévalent sur ce segment du marché et au réveil saisonnier de l'activité vrac, les vins de table sans indication géographique se sont inscrits sur une tendance haussière de nouveau plus marquée, franchissant désormais la barre des 6 €/°.hl.

A 23 semaines de campagne 2008-2009, ils s'élèvent désormais à 4,74 €/°.hl de moyenne pondérée en progression plus modeste par rapport au niveau déjà relativement élevé que l'on avait pu observer l'année dernière à cette même période de la campagne. Les vins de la nouvelle récolte sont aussi mieux valorisés et s'établissent en hausse de 10 % par rapport à 2007-2008 à 5,10 €/°.hl.

Prix des vins de pays blancs

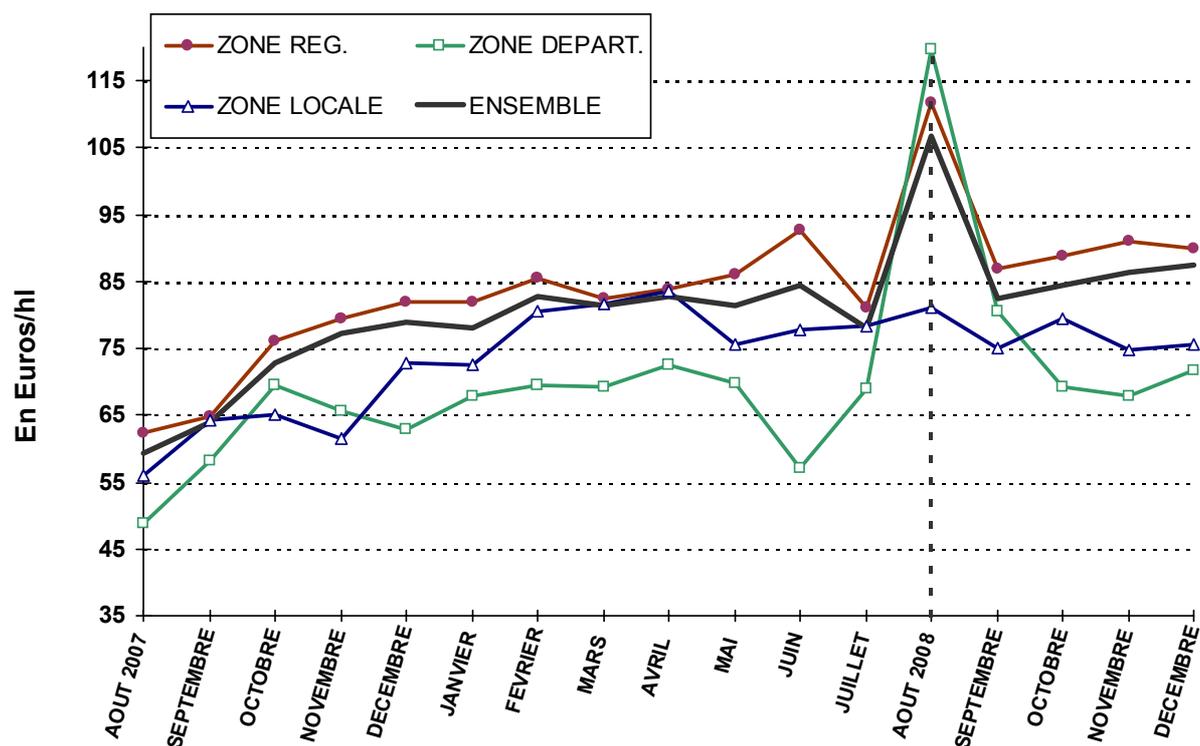


A l'exception d'une légère incursion sous la barre des 80 €/hl au cours de la première semaine de janvier, les cours hebdomadaires des vins de pays sont restés fermes et légèrement haussiers conformément à la faiblesse de l'activité et des volumes disponibles sur ce segment du marché.

A 23 semaines de campagne 2008-2009, le prix moyen pondéré de ces vins, tous millésimes confondus, reste donc plus élevé (+14 % / 23 semaines 2007-2008) que celui que l'on pouvait observer l'année dernière à la même date s'établissant à 87,08 €/hl.

Les vins de nouvelle récolte sont par contre légèrement moins bien valorisés à 86,19 €/hl de moyenne pondérée, en hausse de seulement 9 % par rapport à leur niveau de 2007-2008, du fait de la moindre précocité de l'activité commerciale observée sur ces vins par rapport à la campagne précédente.

Évolution du prix des vins de pays blancs par type de dénomination

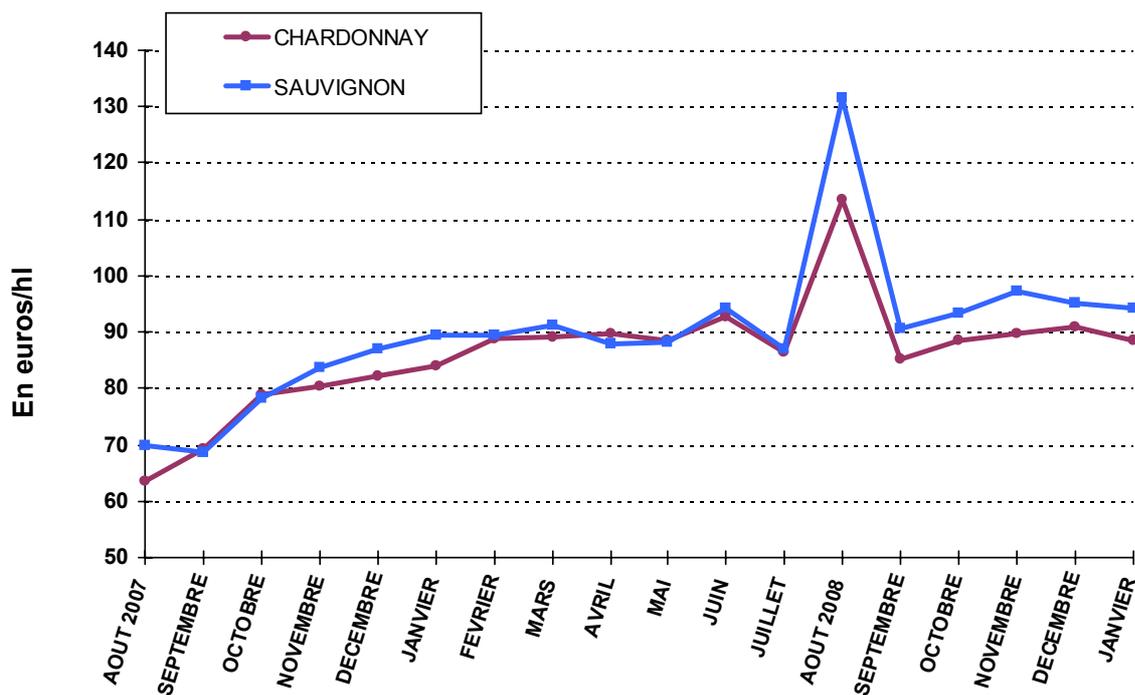


Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

Par rapport au mois dernier, l'analyse des prix des vins de pays par catégories réglementaires permet toujours de constater que le prix de ces vins reste toujours inscrit sur une tendance légèrement haussière avec une petite inflexion à la baisse pour les vins de pays de département et une légère hausse du cours moyen mensuel des vins de département.

D'une campagne sur l'autre, ces différents types de vins de pays enregistrent toujours une progression assez homogène (quoique rendue artificiellement élevée en raison du pic du mois d'août dernier) par rapport à 2007-2008, soit : +15 % / à 23 semaines 2007-2008 pour les vins de pays de région à 90,64 €/hl, +13 % pour les vins de zone locale à 76,07 €/hl et +16 % pour les vins de département avec 72,47 €/hl de moyenne pondérée.

Évolution du prix des vins de pays blancs avec indication de cépage

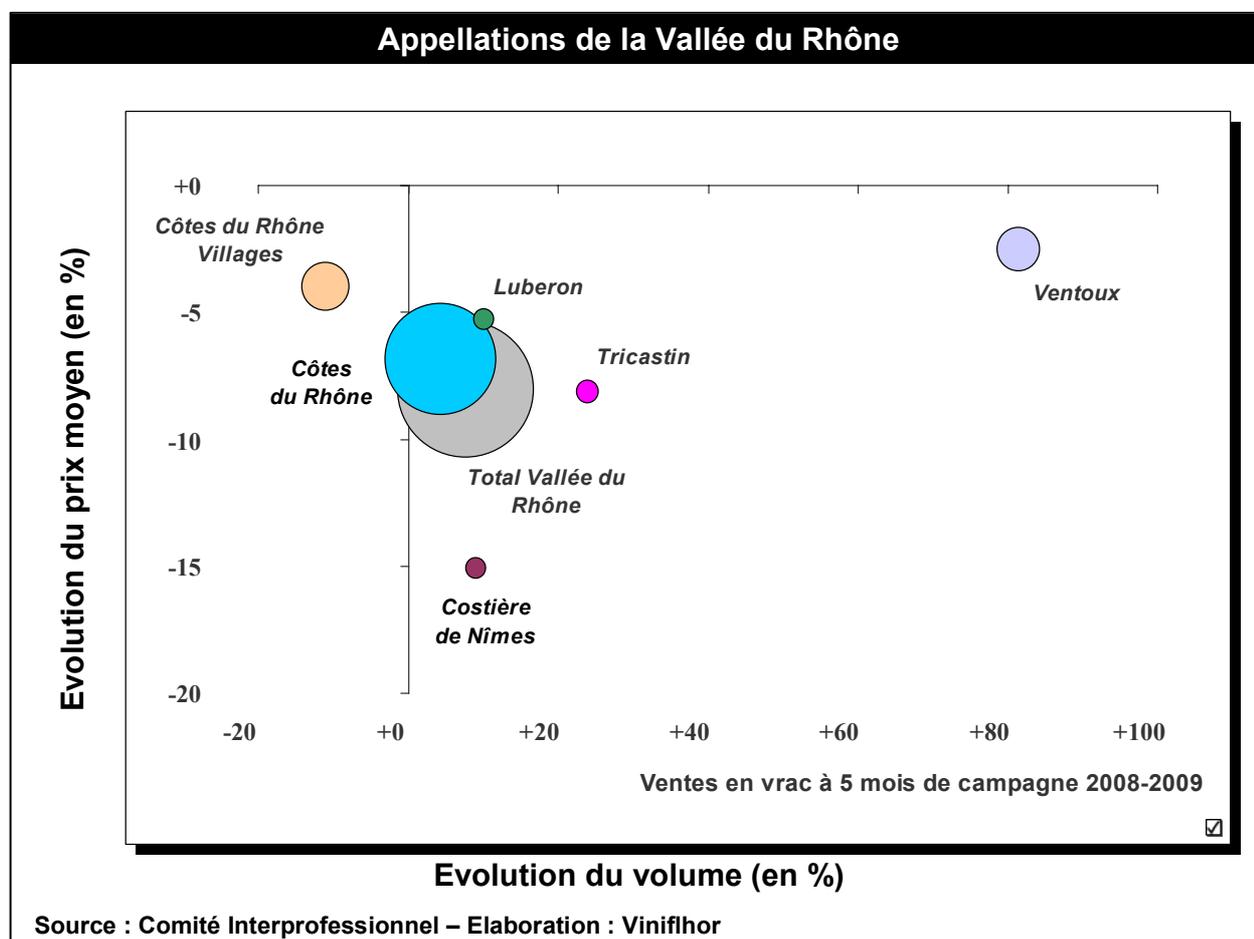


Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

Malgré une légère baisse en sauvignon par rapport au mois dernier, les prix des deux principaux cépages s'inscrivent aussi sur la même tendance haussière avec un prix moyen pondérée de 92,31 €/hl (+17 % / 23 semaines 2007-2008) pour le chardonnay et de 96,77 €/hl (+15 %) pour le sauvignon.

Marché des VQPRD rouges

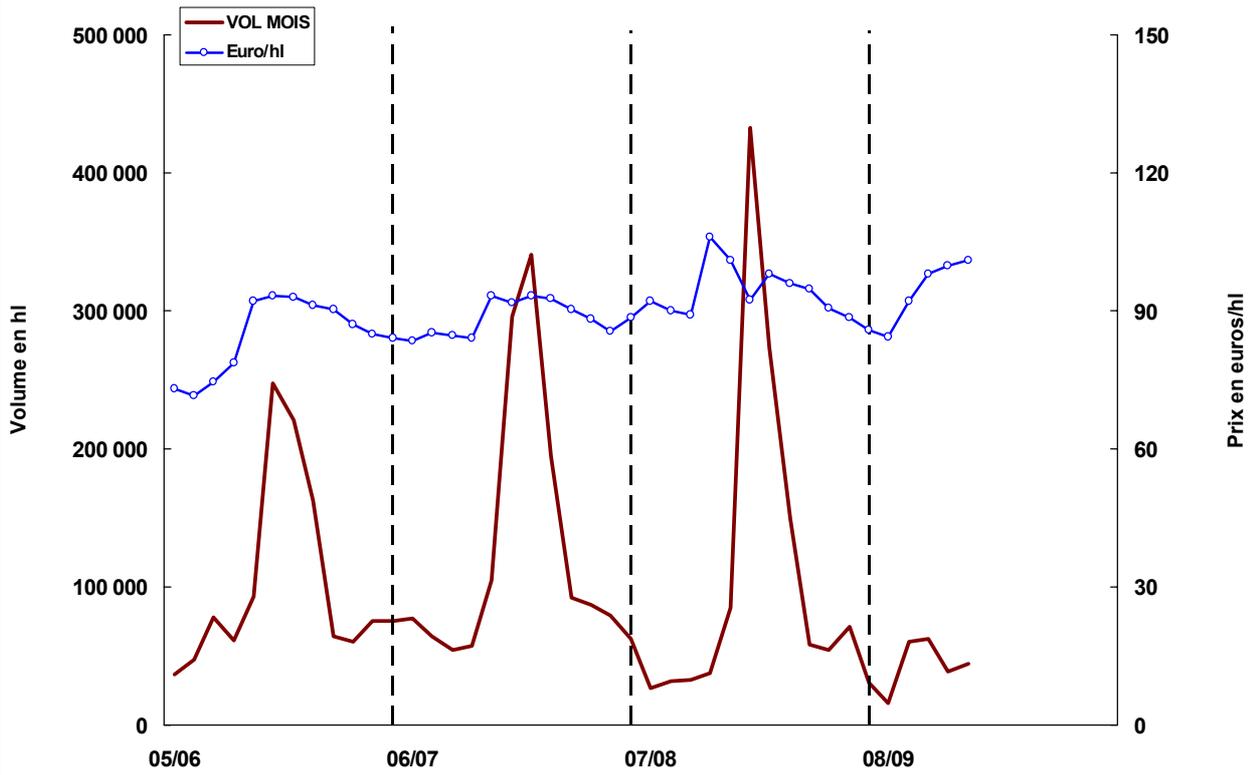
Appellations de la Vallée du Rhône



A l'exception des Côtes du Rhône Villages dont les ventes affichent un recul par rapport à 2007-2008, les échanges cumulés 2008-2009 des principales appellations rouges de la Vallée du Rhône enregistrent une légère progression par rapport à la campagne précédente. Malgré des disponibilités plus réduites par la petite récolte 2008 et la poursuite de la maîtrise de l'offre engagée par l'interprofession, la valorisation moyenne de ces vins basée sur les prix du millésime 2007 reste par contre pour l'instant inférieure à celle de la campagne précédente.

En Côtes du Rhône, on assiste ainsi à une accentuation des transactions conclues entre 100 et 105 €/hl. Cette évolution ne concerne cependant que les meilleurs lots sur lesquels les acheteurs ne se précipitent pas pour autant sachant que toute une partie de l'offre moins qualitative ne pourra pas s'échanger ultérieurement à ces niveaux de prix.

Côtes du Rhône



Source : Comité interprofessionnel

les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
A.O.C. Côtes du Rhône	221,9 mhl	+4%
A.O.C. Côtes du Rhône Villages	43,4 mhl	-11%
A.O.C. Côtes du Ventoux	36,0 mhl	+81%
A.O.C. Costières de Nîmes	8,6 mhl	+9%
A.O.C. Coteaux du Tricastin	9,5 mhl	+24%
A.O.C. Côtes du Luberon	7,8 mhl	+10%

Source : Comité Interprofessionnel

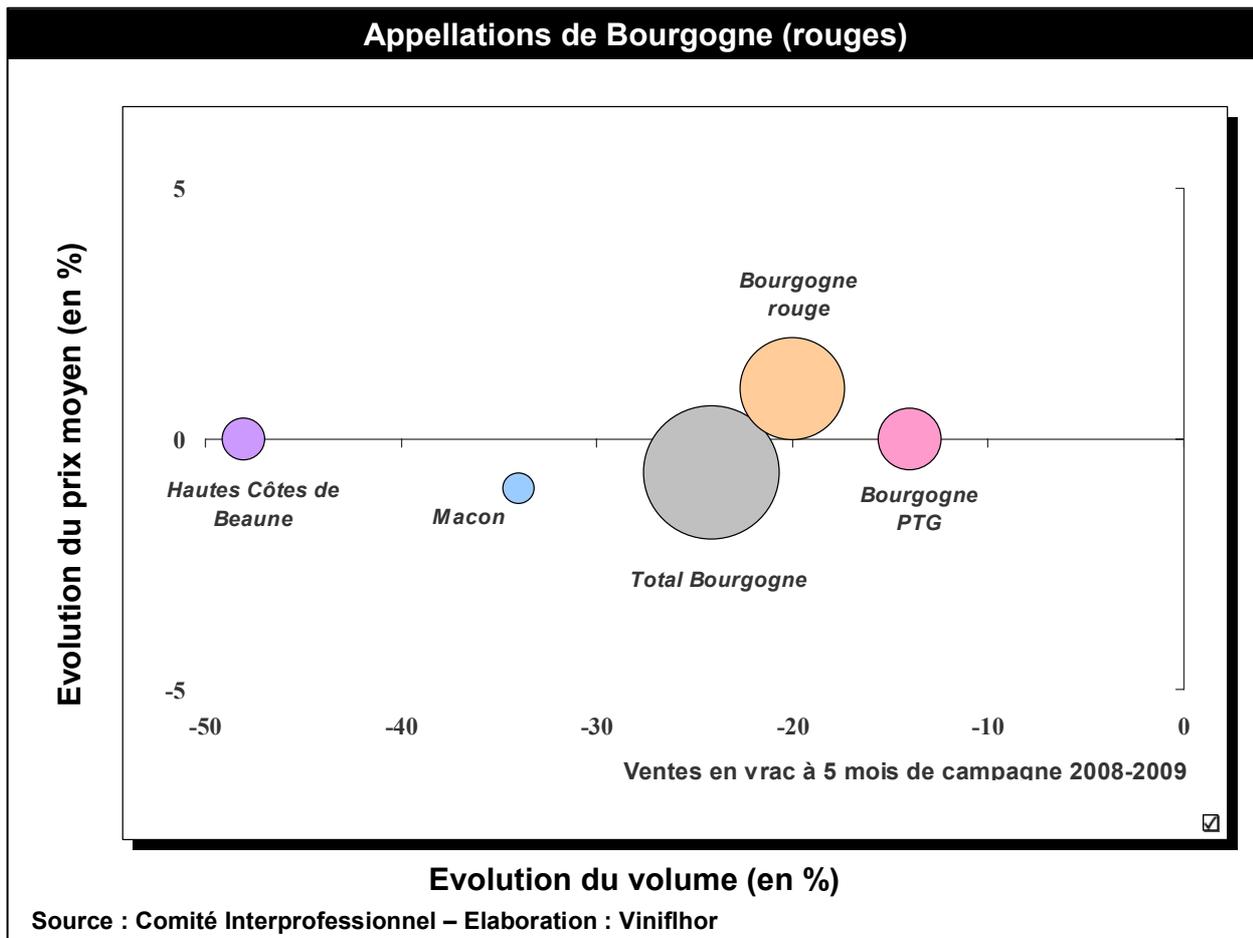
les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois* en euros/hl décembre 2008	Variation /n-1	Prix de campagne* en euros/hl à 5 mois	Variation /n-1
A.O.C. Côtes du Rhône	100,9 €	-0%	94,6 €	-7%
A.O.C. C. du Rhône Villages (1)	208,0 €	+18%	162,5 €	-8%
A.O.C. C. du Rhône Villages (2)	122,3 €	-4%	116,0 €	-4%
A.O.C. Côtes du Ventoux (3)	69,5 €	-3%	70,0 €	-3%
A.O.C. Costières de Nîmes	74,8 €	-14%	74,0 €	+6%
A.O.C. Coteaux du Tricastin	66,1 €	-	64,7 €	-8%
A.O.C. Côtes du Luberon	70,8 €	-	79,6 €	-5%

(* millésime 2007.

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

Source : Comité Interprofessionnel

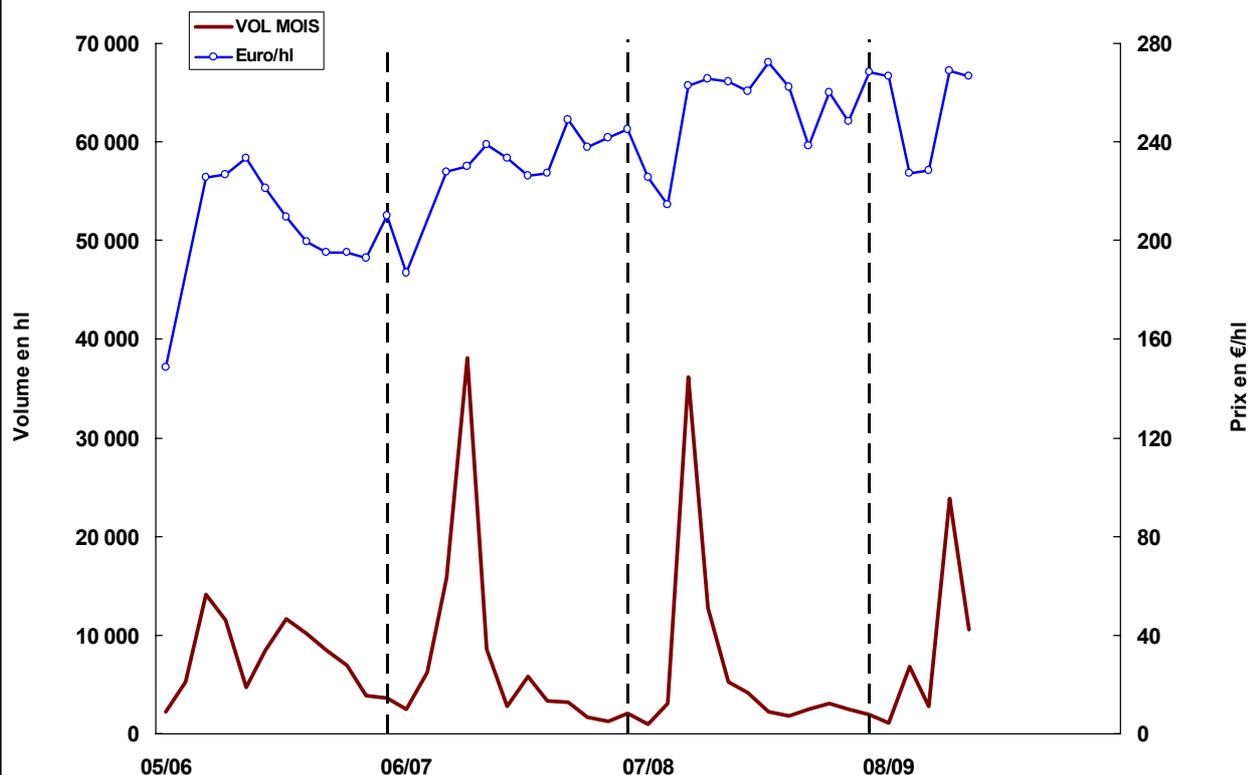
Appellations de Bourgogne



Avec un démarrage plus tardif de l'activité que l'année dernière, le cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 des ventes vrac des appellations rouges de cette région (129 mhl ; -31 % / 5 mois 2007-2008) est toujours en recul marqué par rapport à la campagne précédente, notamment sur les AOC Bourgogne rouge (47 mhl ; -20 %), Passe Tout Grain (17 mhl ; -14 %) et Hautes Côtes de Beaune (8 mhl ; -48 %).

De manière générale, les prix des principales appellations depuis le début de la campagne reste en moyenne assez comparable à ceux qu'on l'on avait pu observer sur les 5 premiers mois de la campagne en 2007-2008.

Bourgogne Rouge



Source : Comité interprofessionnel

Les volumes

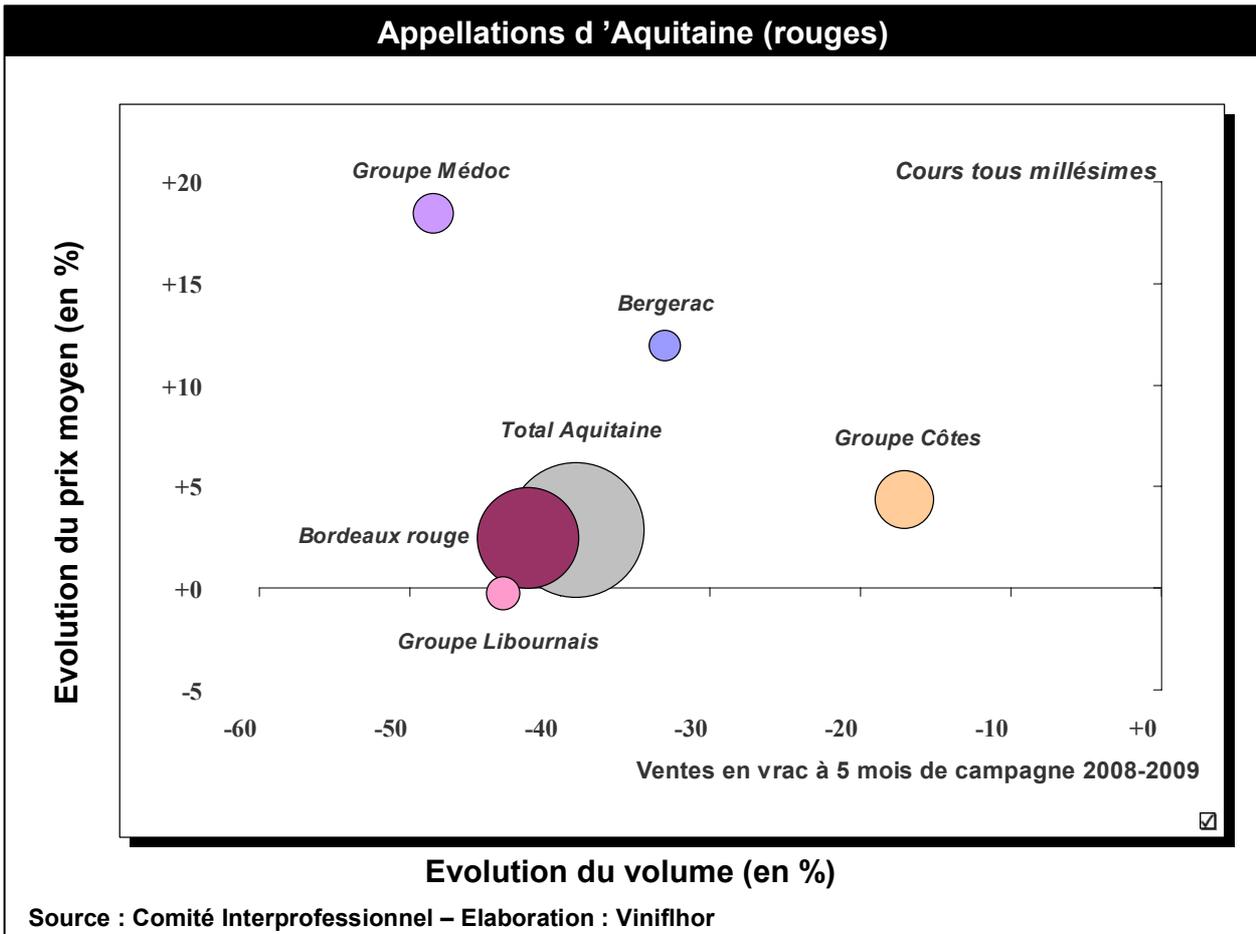
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
A.O.C. Bourgogne	46,5 mhl	-20%
A.O.C. Bourgogne Passe Tout Grain	17,3 mhl	-14%
A.O.C Bourgogne Htes Cte Beaune	8,3 mhl	-48%
Régionales Bourgogne	78,8 mhl	-26%
AOC Macon	4,2 mhl	-34%
Régionales Macon	5,2 mhl	-35%
Toutes appellations régionales	84,0 mhl	-27%
Toutes appellations rouges	129,0 mhl	-31%

Source : Comité Interprofessionnel - Elaboration : Viniflor

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl décembre 2008	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 5 mois	Variation /n-1
A.O.C. Bourgogne	267 €	+0%	267 €	+1%
A.O.C. B. Passe Tout Grain	182 €	+0%	182 €	+0%
A.O.C B. Htes Cte Beaune	302 €	-1%	303 €	+0%
A.O.C Macon	155 €	-1%	156 €	-1%

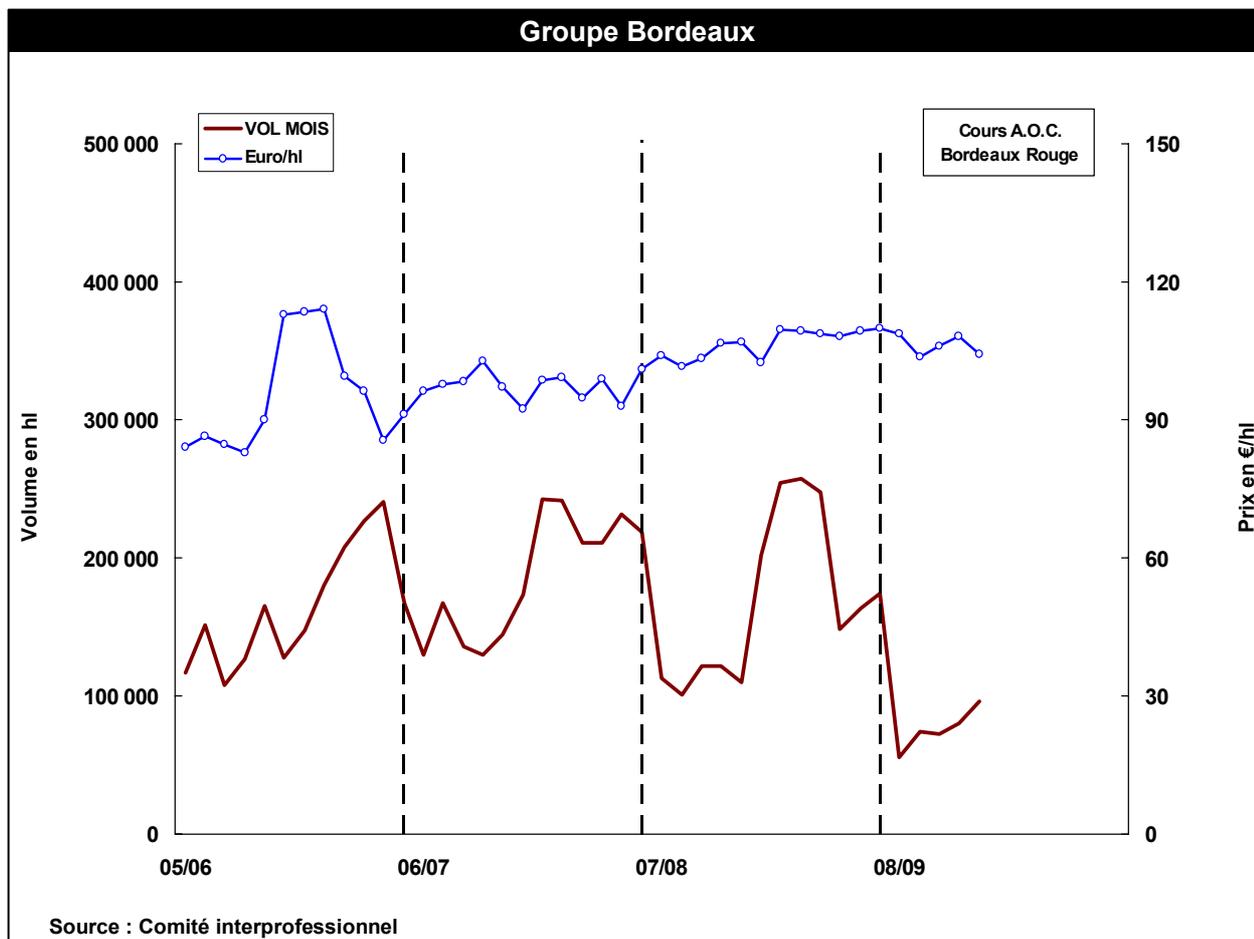
Source : Comité Interprofessionnel - Elaboration : Viniflor

Appellations d'Aquitaine



Compte tenu des faibles disponibilités de la campagne en Bordeaux et Bordeaux Supérieur et d'un contexte commercial international difficile, les transactions cumulées en vrac des principales appellations rouges de la région Aquitaine continuent d'afficher un recul très prononcé par rapport à 2007-2008.

Les prix moyens à 5 mois de campagne 2008-2009 restent en général supérieurs à ceux de la campagne précédente malgré le fléchissement de décembre, sur les cours du millésime 2007 en Bordeaux rouge, ainsi que sur les appellations du Médoc et du Libournais.



Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
Appellations de Gironde		
Groupe Bordeaux	378,3 mhl	-42%
Groupe Médoc Graves	64,1 mhl	-48%
Groupe Libournais	42,3 mhl	-44%
Groupe Côtes	123,4 mhl	-17%
Appellations de Dordogne		
Bergerac rouge	40,3 mhl	-33%

Source : Comité Interprofessionnel

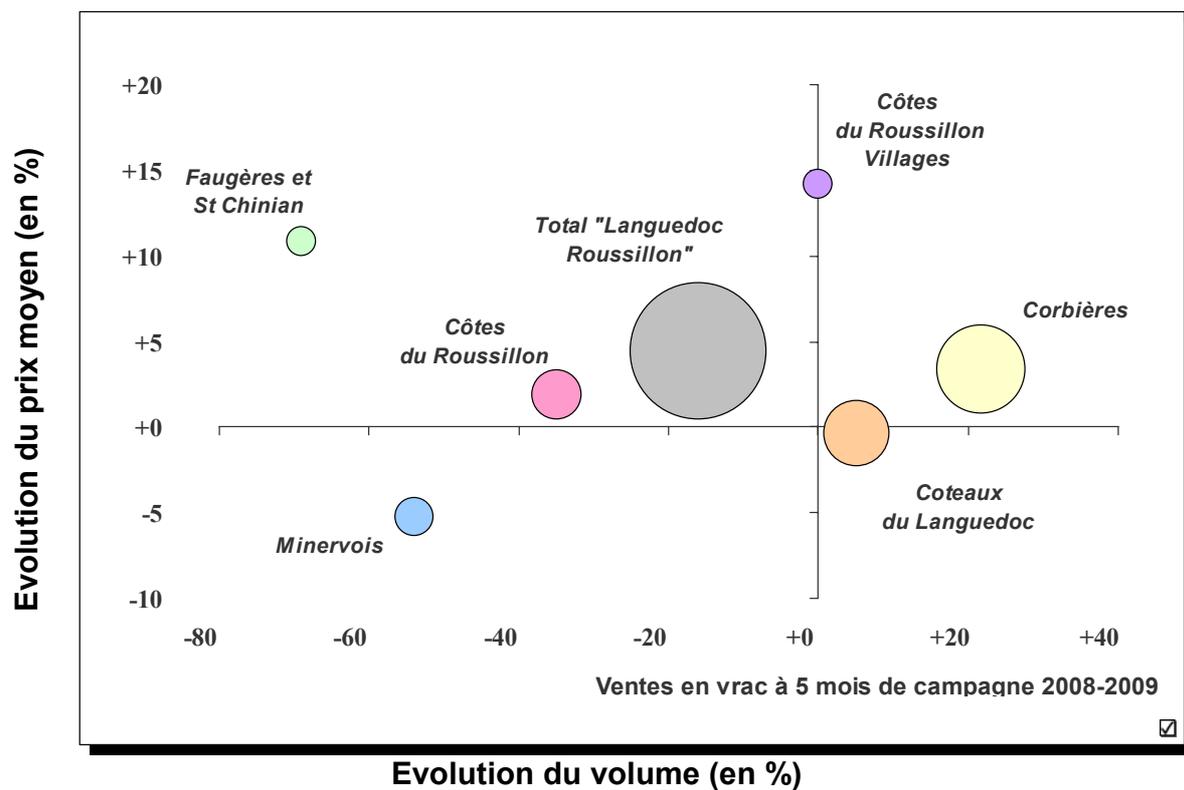
Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl décembre 2008	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 5 mois	Variation /n-1
Appellations de Gironde				
Groupe Bordeaux (prix A.O.C. Bordeaux*)	104 €	-2%	106 €	+1%
Groupe Médoc Graves (prix A.O.C. Médoc**)	214 €	-3%	229 €	+18%
Groupe Libournais (prix A.O.C. St-Emilion**)	368 €	-2%	362 €	-0%
Groupe Côtes (prix toutes A.O.C. Côtes*)	123 €	+2%	120 €	+3%
Appellations de Dordogne				
Bergerac rouge**	76 €	+16%	73 €	+12%

* prix dernier millésime ** prix tous millésimes

Source : Comité Interprofessionnel

Appellations du Languedoc-Roussillon

Appellations du Languedoc-Roussillon

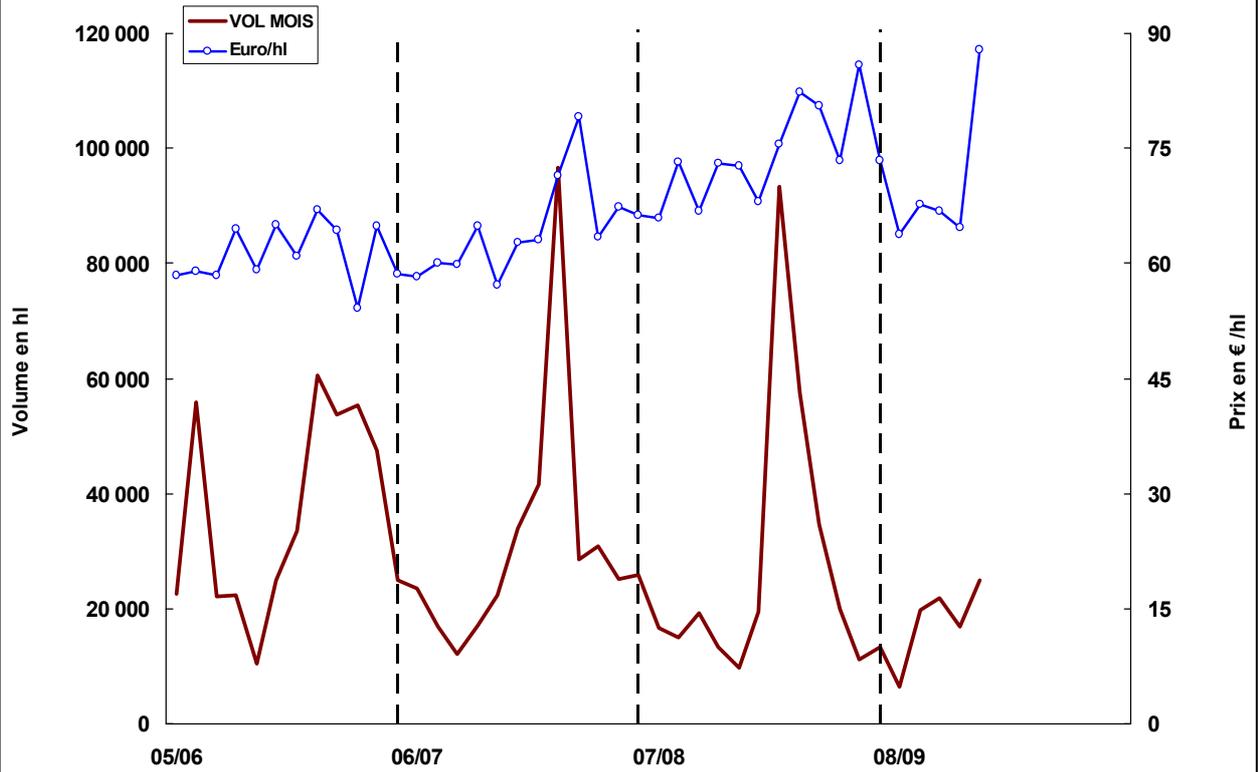


Source : Comité Interprofessionnel – Elaboration : Viniflor

Malgré la progression des ventes de Corbières (90 mhl ; +22 % / 5 mois 2007-2008) et de Coteaux du Languedoc (49 mhl ; +5 %), qui représentent la grande majorité des volumes AOC de cette région, les échanges à 5 mois de campagne 2008-2009 des appellations rouges du Languedoc-Roussillon restent globalement inférieurs à ceux de la campagne précédente.

La valorisation moyenne est pour sa part plus élevée qu'en 2007-2008, avec notamment des prix qui se sont bien redressés en Corbières après le creux du début de la campagne.

Corbières



Source : Comité interprofessionnel

Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
A.O.C. Coteaux du Languedoc (hors Faugères et St-Chinian)	48,5 mhl	+5%
A.O.C. Faugères et St-Chinian	9,9 mhl	-69%
A.O.C. Corbières	90,0 mhl	+22%
A.O.C. Minervois	16,6 mhl	-54%
A.O.C. Fitou	-	-
A.O.C. Côtes du Roussillon	29,9 mhl	-35%
A.O.C. Côtes du Roussillon Villages	10,3 mhl	-0%

Source : Comité Interprofessionnel

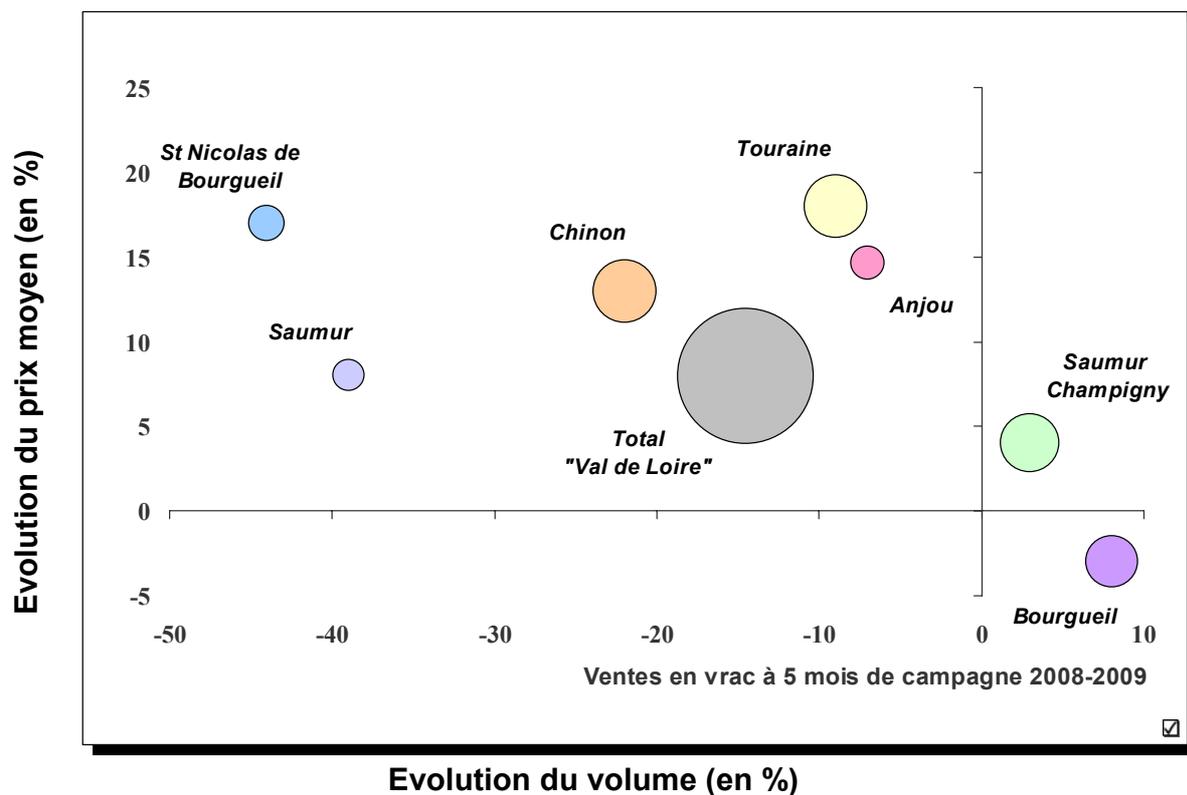
Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl décembre 2008	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 5 mois	Variation /n-1
A.O.C. Cx du Languedoc*	96,0 €	+2%	96,0 €	-0%
A.O.C. Faugères et St-Chinian	108,1 €	+54%	86,3 €	+11%
A.O.C. Corbières	87,8 €	+21%	72,2 €	+3%
A.O.C. Minervois	60,0 €	-11%	63,3 €	-5%
A.O.C. Fitou	-	-	-	-
A.O.C. Côtes du Roussillon	65,9 €	+0%	64,7 €	+2%
A.O.C. C. du Rous. Villages	125,3 €	+10%	120,8 €	+14%

*hors Faugères et St-Chinian

Source : Comité Interprofessionnel

Appellations du Val de Loire

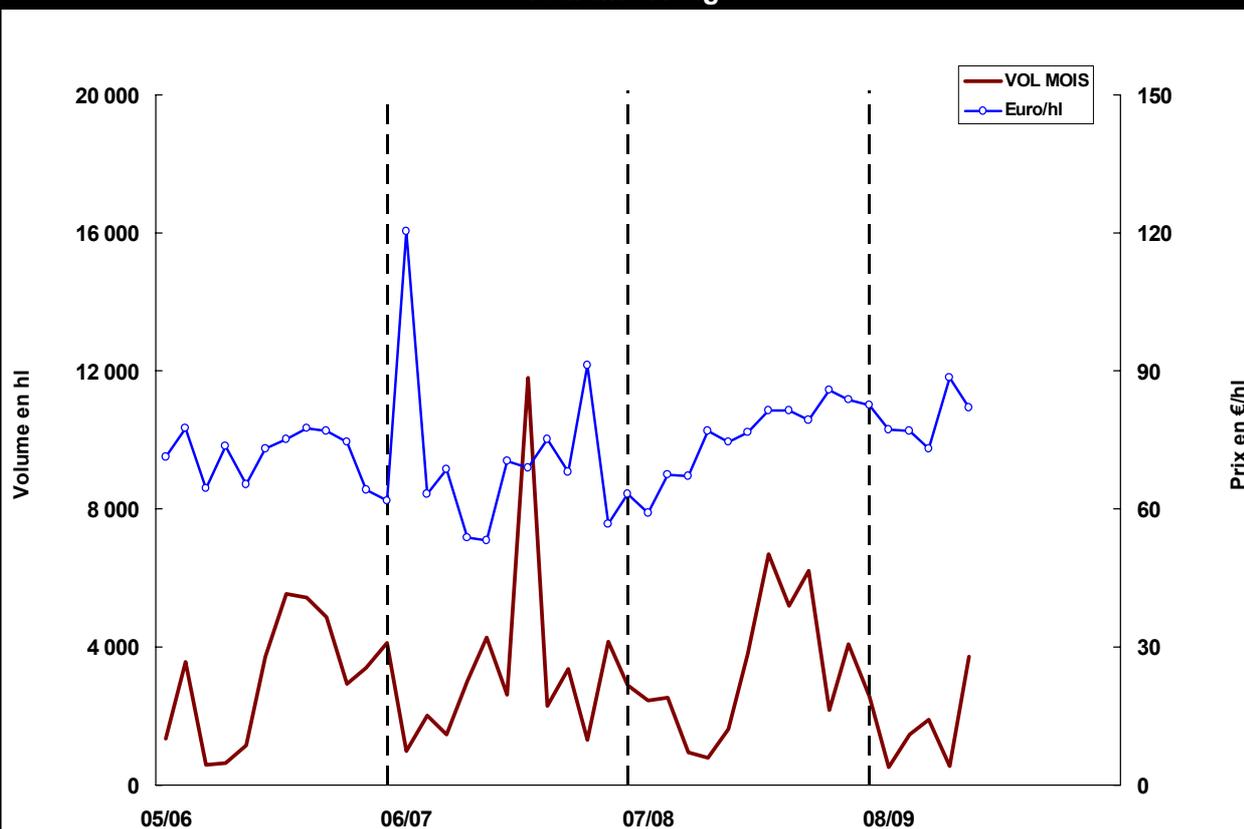
Appellations du Val de Loire (rouges)



Source : Comité Interprofessionnel – Elaboration : Viniflor

Avec des niveaux de disponibilités à la vente en vrac limités par la faible récolte 2008, les ventes cumulées de la plupart des principales appellations rouges du Val de Loire restent relativement faibles à des prix moyens généralement plus élevés que l'année dernière à la même date. Les ventes continuent par contre de progresser en Saumur Champigny (8 mhl ; 3 % / 5 mois 2007-2008) et en Bourgueil (7 mhl ; +8 %) avec un prix moyen toutefois légèrement inférieur à celui de la campagne précédente.

Touraine Rouge



Source : Comité interprofessionnel

Les volumes

en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
A.O.C. Anjou	3,0 mhl	-7%
A.O.C. Saumur	2,6 mhl	-39%
A.O.C. Saumur Champigny	8,4 mhl	3%
A.O.C. Touraine	9,8 mhl	-9%

Source : Comité Interprofessionnel

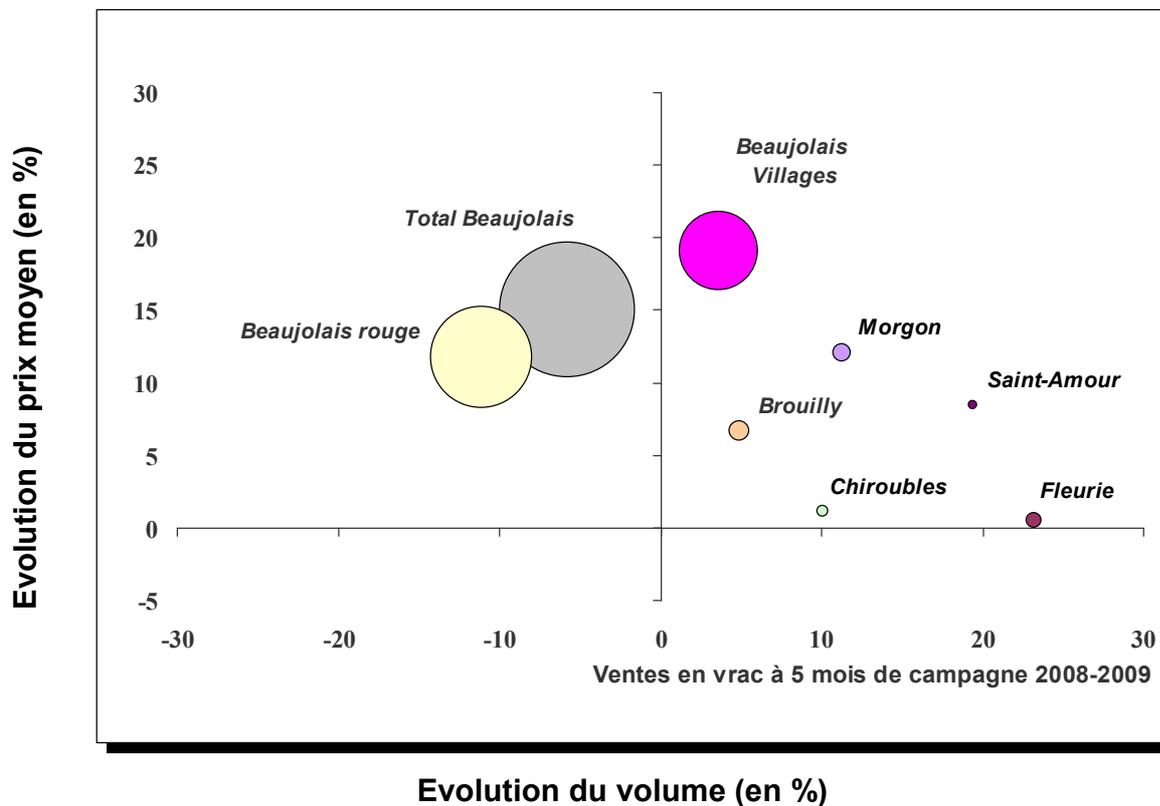
Les cours

à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl décembre 2008	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 5 mois	Variation /n-1
A.O.C. Anjou	146 €	+22%	133 €	+15%
A.O.C. Saumur	152 €	+21%	149 €	+8%
A.O.C. Saumur Champigny	197 €	-18%	205 €	+4%
A.O.C. Touraine	82 €	+10%	80 €	+18%

Source : Comité Interprofessionnel

Appellations du Beaujolais

Appellations du Beaujolais



Source : Comité Interprofessionnel – Elaboration : Viniflor

A l'exception du Beaujolais et de Beaujolais supérieur (199 mhl ; -11 % / 5 mois 2007-2008) dont les ventes sont de nouveau en baisse par rapport à la campagne précédente, toutes les appellations d'origine contrôlées de la région enregistrent une augmentation de leurs transactions depuis le mois d'août à des prix en moyenne supérieurs à ceux de 2007-2008.

Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
Beaujolais et Beaujolais supérieur	198,6 mhl	-11,1%
Beaujolais Villages	124,6 mhl	+3,6%

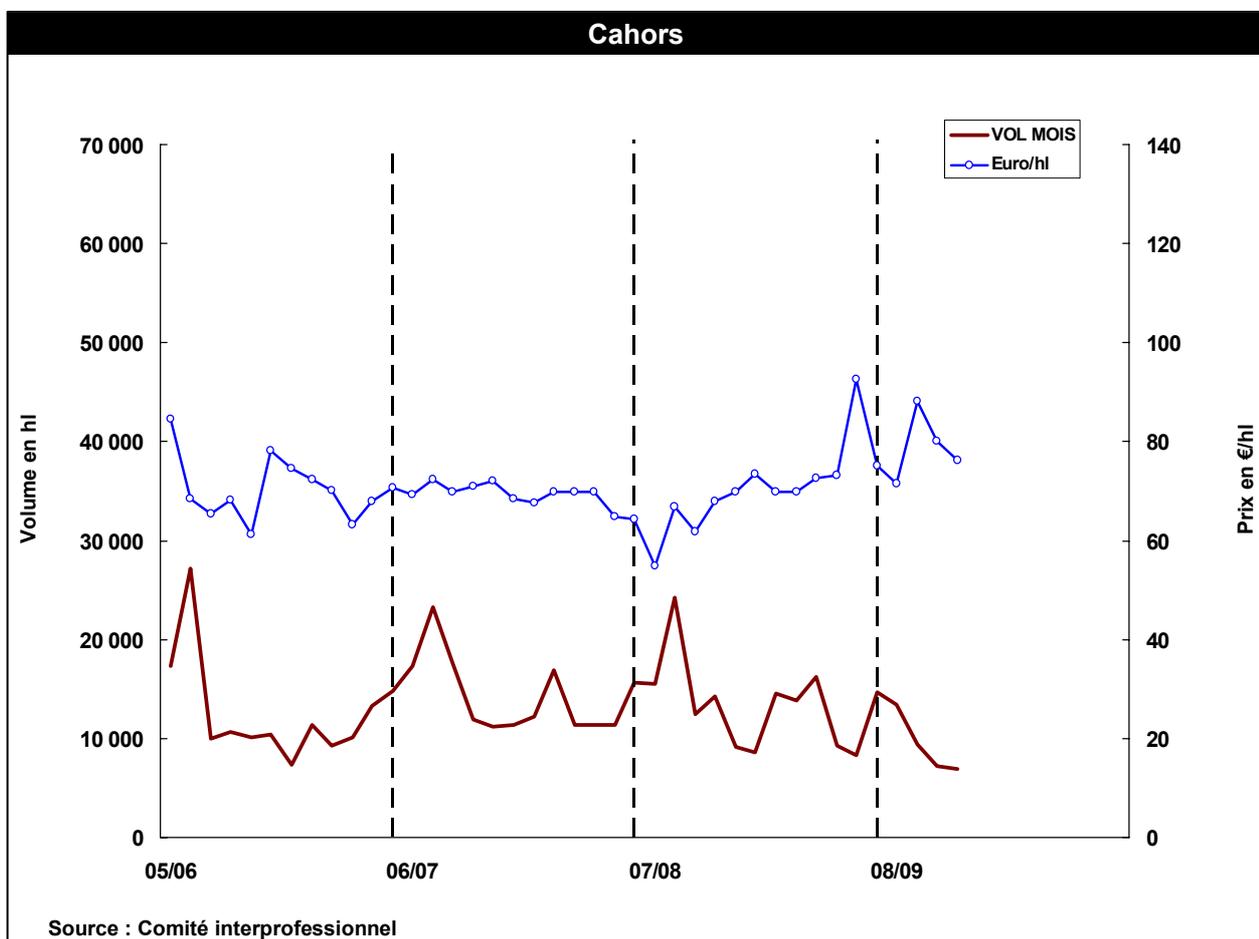
Source : Comité Interprofessionnel

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl décembre 2008	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 5 mois(1)	Variation /n-1
Beaujolais	n.d.	-	154,4 €	+11,7%
Beaujolais Villages	n.d.	-	182,2 €	+19,1%

(1) prix moyens cumulés du millésime 2008

Source : Comité Interprofessionnel

Appellations du Sud-Ouest



Dans le Sud-Ouest, la commercialisation des 4 premiers mois de campagne 2008-2009 est orientée à la baisse en Cahors. En moyenne, le niveau des prix reste toutefois supérieur à celui de la campagne précédente.

Les volumes		
Sorties de chais en milliers d'hl	Volumes sortis des chais des récoltants	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin novembre 2008		
A.O.C. Cahors	37 mhl	-45%
A.O.C. Gaillac	n.d.	-

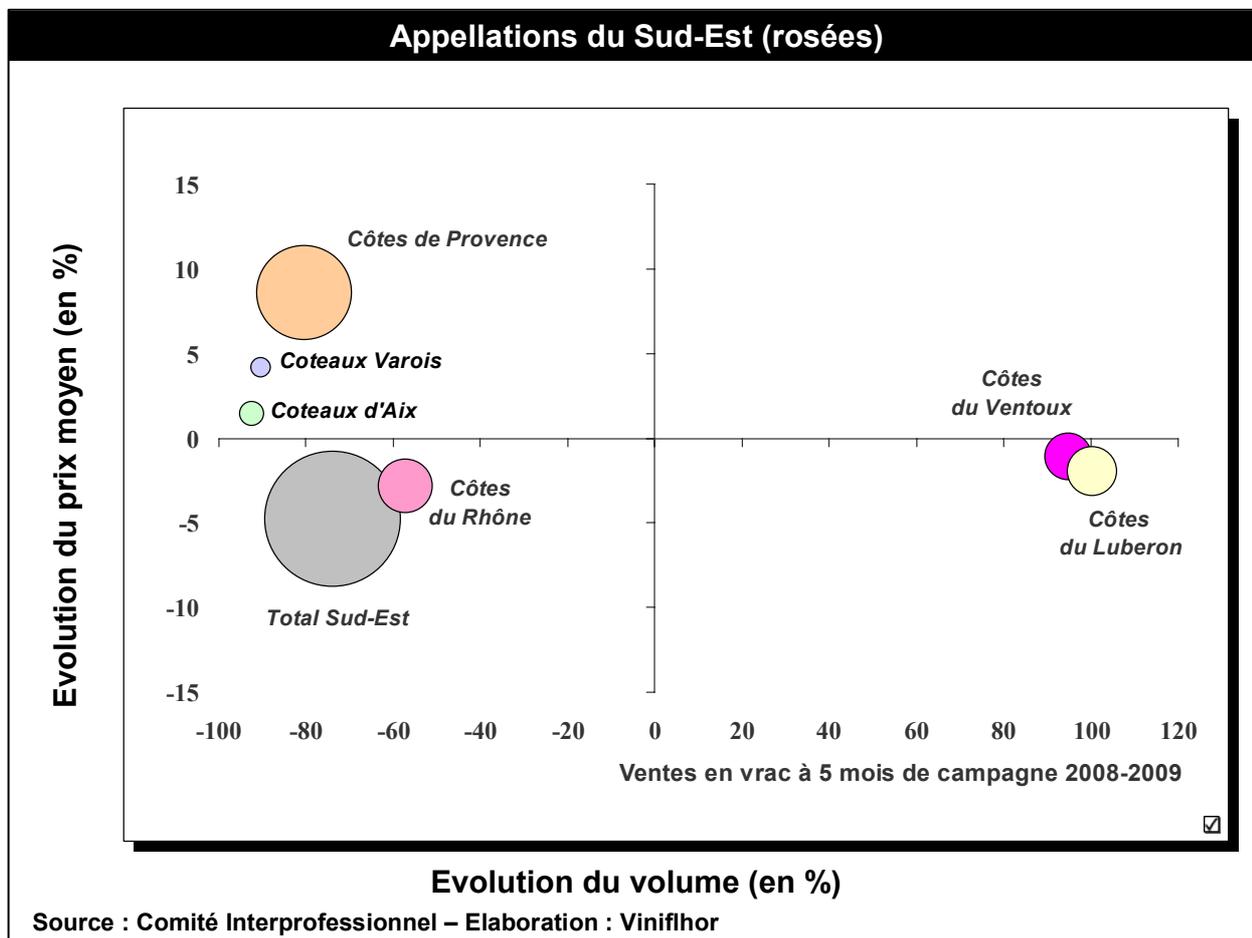
Source : Comité Interprofessionnel

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl novembre 2008	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 4 mois	Variation /n-1
A.O.C. Cahors	76,3 €	+12%	78,3 €	+24%
A.O.C. Gaillac	n.d.	-	n.d.	-

Source : Comité Interprofessionnel

Marché des VQPRD rosés

Appellations du Sud Est

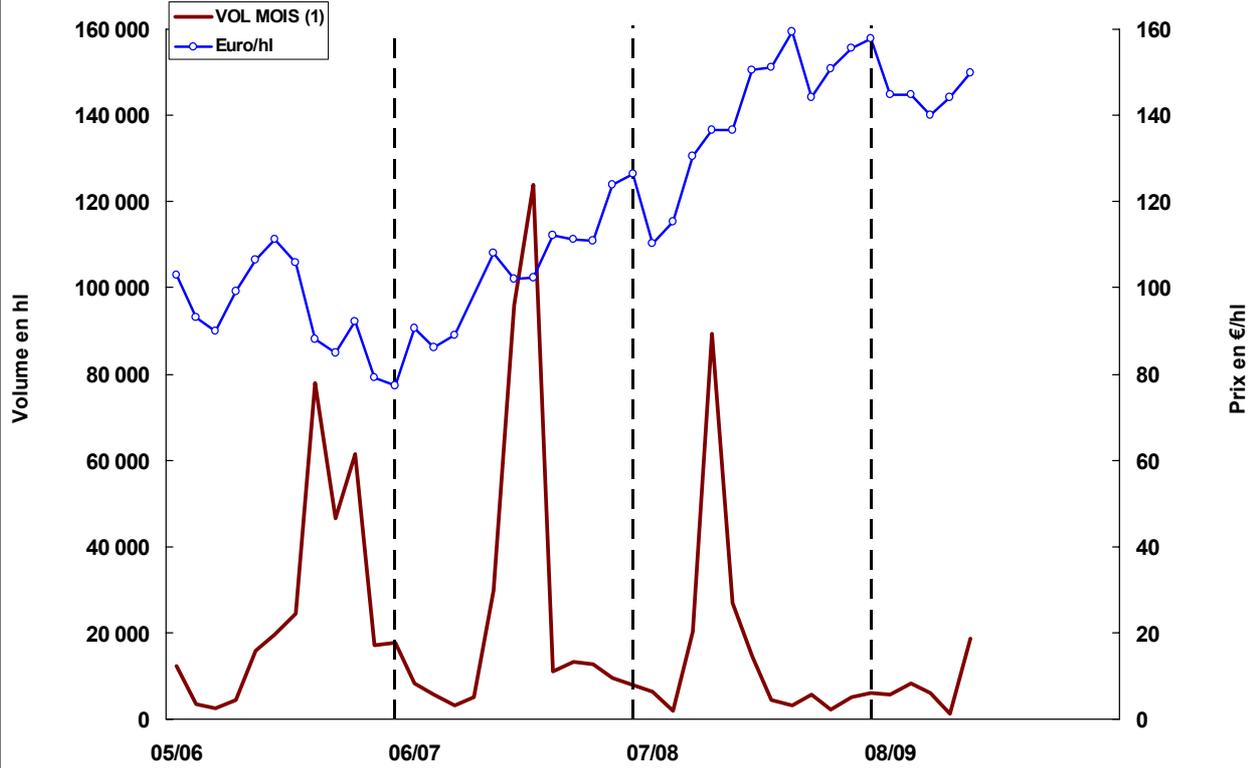


A l'exception des Côtes du Ventoux, des Côtes du Luberon et des Costière de Nîmes, les ventes enregistrées à 5 mois de campagne 2008-2009 des principales AOC de la région Sud-Est apparaissent en nette baisse par rapport à la campagne précédente à des prix moyens plus ou moins comparables à ceux de 2007-2008.

Plus que les années précédentes, il convient toutefois de rester prudent sur le niveau réel des transactions au regard des perturbations sur la transmission des contrats qui ont pu être occasionnées par les discussions contractuelles et les obligations déclaratives liées à la réforme des AOC.

Dans un contexte de disponibilités limitées par la faiblesse de la récolte annoncée et la maîtrise de l'offre par l'interprofession, la valorisation est par contre de nouveau en progression pour les Côtes de Provence dont le marché des volumes non engagés semble désormais très réduit.

Côtes de Provence rosés



Source : Comité interprofessionnel

Les volumes		
en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
A.O.C. Côtes de Provence (1)	39,2 mhl	-80%
A.O.C. Coteaux d'Aix en Provence (1)	2,9 mhl	-92%
A.O.C. Coteaux Varois en Provence (1)	1,8 mhl	-90%
A.O.C. Côtes du Ventoux	9,7 mhl	+95%
A.O.C. Côtes du Rhône	13,1 mhl	-57%
A.O.C. Costières de Nîmes	19,7 mhl	n.s.
A.O.C. Côtes du Luberon	11,3 mhl	+100%

Source : Comité Interprofessionnel

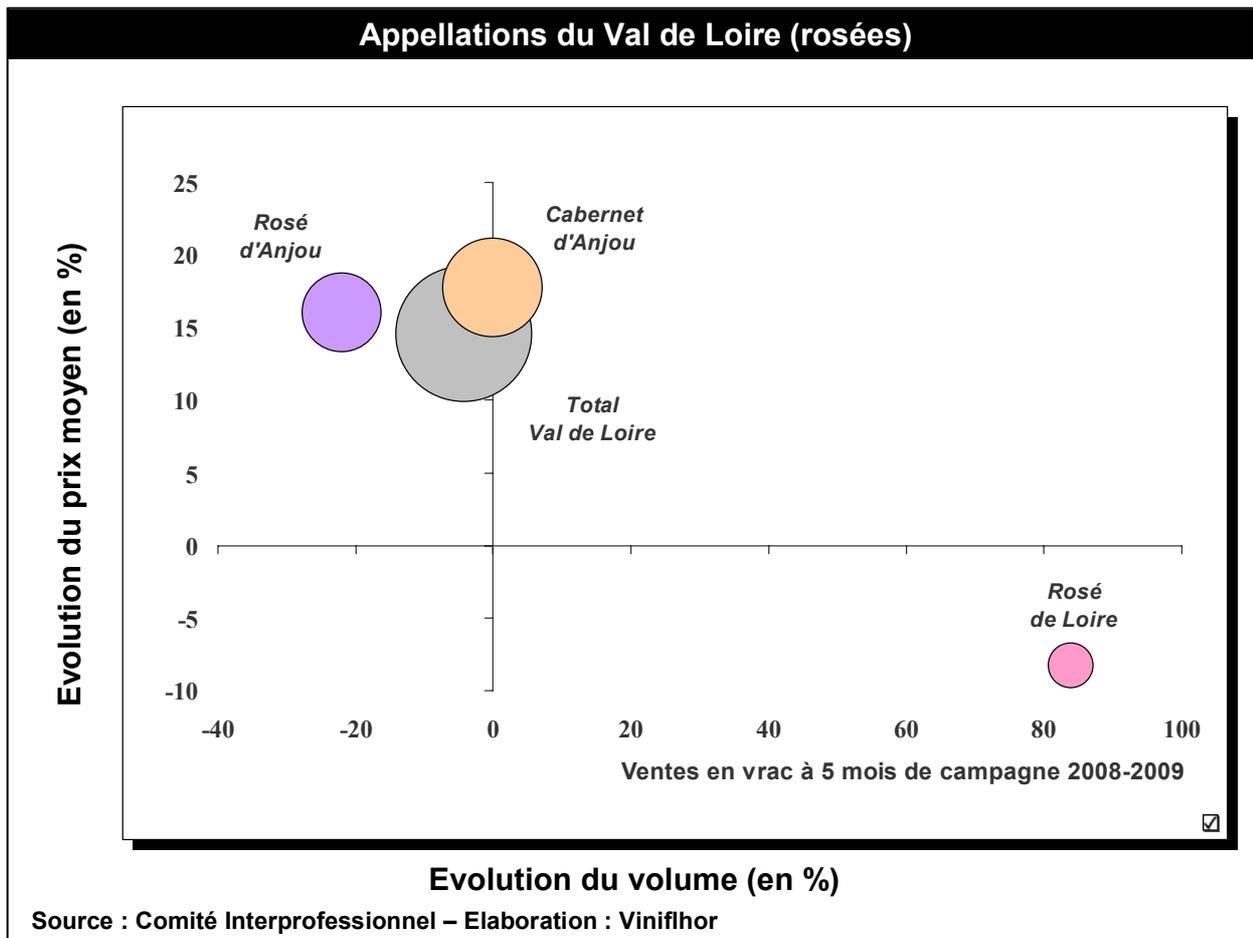
(1) Compte tenu de la variabilité d'une campagne sur l'autre du taux de retour des certificats de vente présentés au CIVP dans le cadre des accords inter-professionnels, il convient d'observer ici une certaine prudence quant à l'interprétation des évolutions inter-campagnes présentées ci-dessus.

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	décembre 2008		5 mois	
A.O.C. Côtes de Provence	150,0 €	+10%	146,8 €	+9%
A.O.C. Coteaux d'Aix	111,6 €	+6%	107,7 €	+1%
A.O.C. Coteaux Varois	105,0 €	+2%	103,5 €	+4%
A.O.C. Côtes du Ventoux*	70,0 €	-8%	73,4 €	-1%
A.O.C. Côtes du Rhône*	85,0 €	-20%	103,0 €	-3%
A.O.C. Costières de Nîmes*	72,3 €	-15%	72,7 €	-15%
A.O.C. Côtes du Luberon*	70,0 €	-14%	80,2 €	-2%

(*) Prix du millésime 2007.

Source : Comité Interprofessionnel

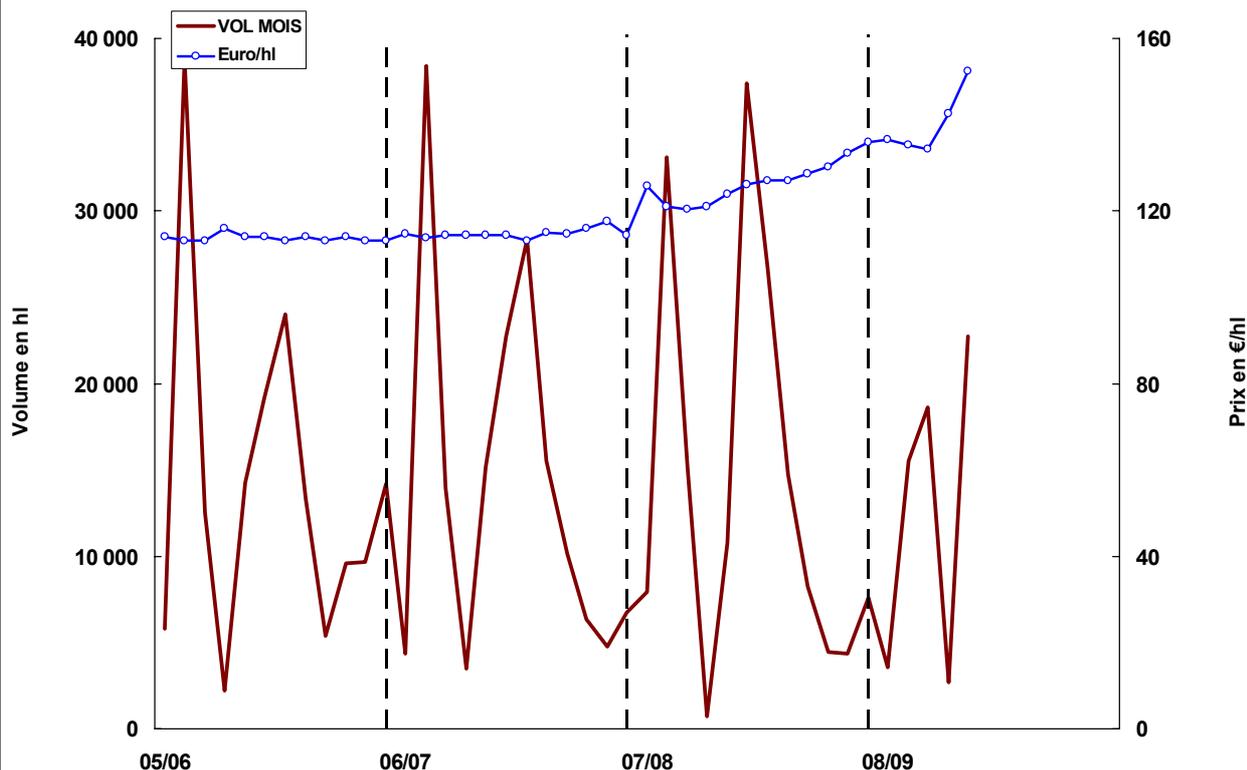
Appellations du Val de Loire



Compte tenu du moindre niveau de disponibilités à la vente en vrac induit par la récolte 2008, les transactions cumulées de l'ensemble des principales appellations rosées du Val de Loire apparaissent pour l'instant légèrement inférieures à celles de la campagne précédente pour des prix moyens plus élevés qu'en 2007-2008.

Dans le détail des appellations, on constate néanmoins une forte progression des ventes de Rosé de Loire (15 mhl ; +84 % / 5 mois 2007-2008) associée à une baisse des prix.

Cabernet d'Anjou



Source : Comité interprofessionnel

Les volumes

en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
A.O.C. Cabernet d'Anjou	69,5 mhl	0%
A.O.C. Rosé d'Anjou	44,3 mhl	-22%
A.O.C. Rosé de Loire	14,8 mhl	84%

Source : Comité Interprofessionnel

Les cours

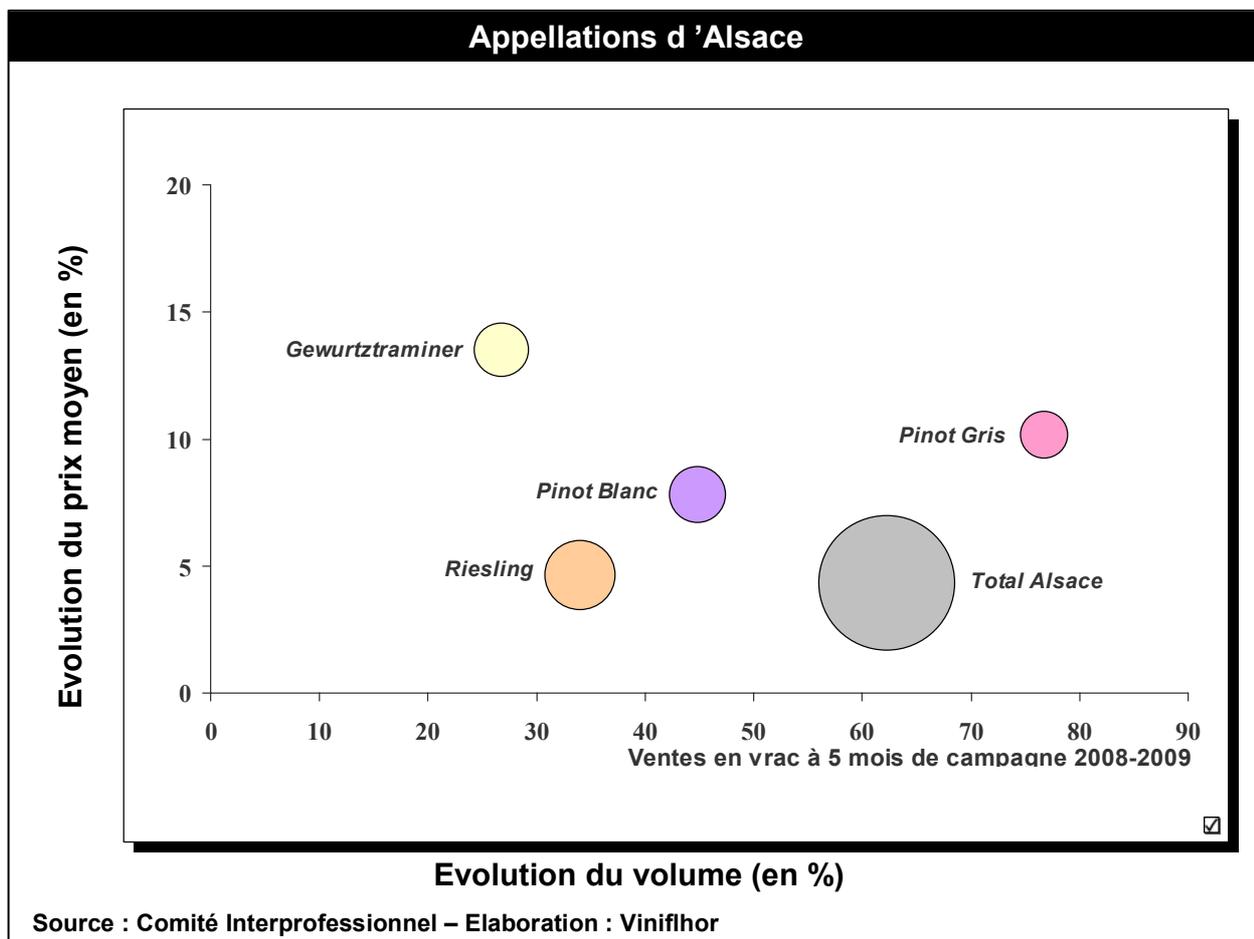
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	décembre 2008		5 mois	
A.O.C. Cabernet d'Anjou	152,5 €	+23%	146,0 €	+18%
A.O.C. Rosé d'Anjou	134,1 €	+20%	129,4 €	+16%
A.O.C. Rosé de Loire	102,9 €	-11%	100,0 €	-8%

Source : Comité Interprofessionnel

Marché des VQPRD blancs

Appellation Alsace

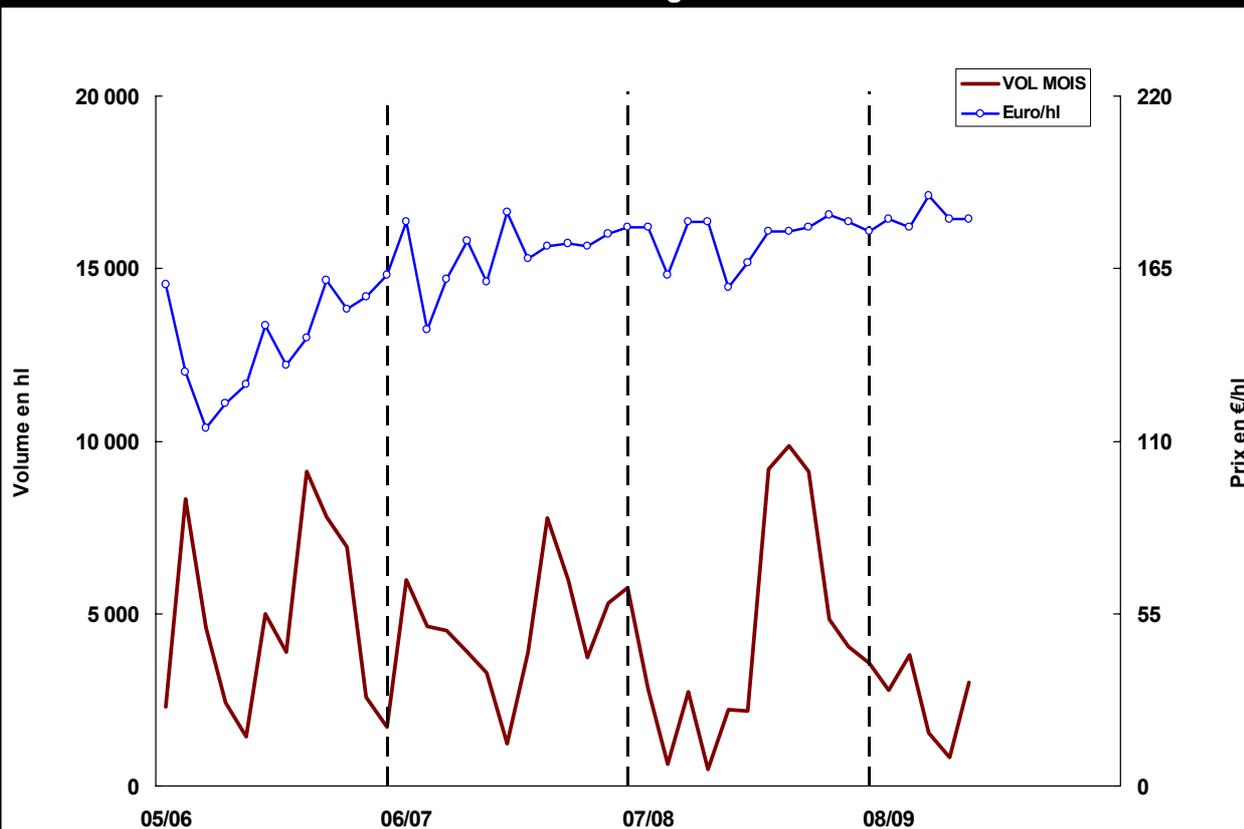
Activité vrac



Par rapport aux niveaux peu élevés que l'on avait pu observer l'année dernière sur cette même période de 2007-2008, les différents cépages de l'appellation Alsace affichent une progression importante de leurs ventes cumulées depuis le début de la campagne 2008-2009.

En moyenne, les prix sont aussi plus élevés d'une campagne sur l'autre pour ces transactions qui ne représentent toutefois que 15 à 20 % des ventes à la production compte tenu de la spécificité de la commercialisation du vin dans cette région.

Riesling



Source : Comité interprofessionnel

Les volumes

en milliers d'hl	Activité vrac	Variation /n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
Sylvaner	10,2 mhl	+225%
Riesling	11,9 mhl	+34%
Pinot Blanc	8,1 mhl	+45%
Gewurztraminer	7,4 mhl	+27%
Pinot gris	5,7 mhl	+77%

Source : Comité Interprofessionnel

Les cours

à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	décembre 2008		5 mois	
Sylvaner	143 €	+28%	139 €	+11%
Riesling	181 €	+14%	181 €	+5%
Pinot Blanc	180 €	+32%	166 €	+8%
Gewurztraminer	272 €	+29%	269 €	+14%
Pinot gris	220 €	+5%	217 €	+10%

Source : Comité Interprofessionnel

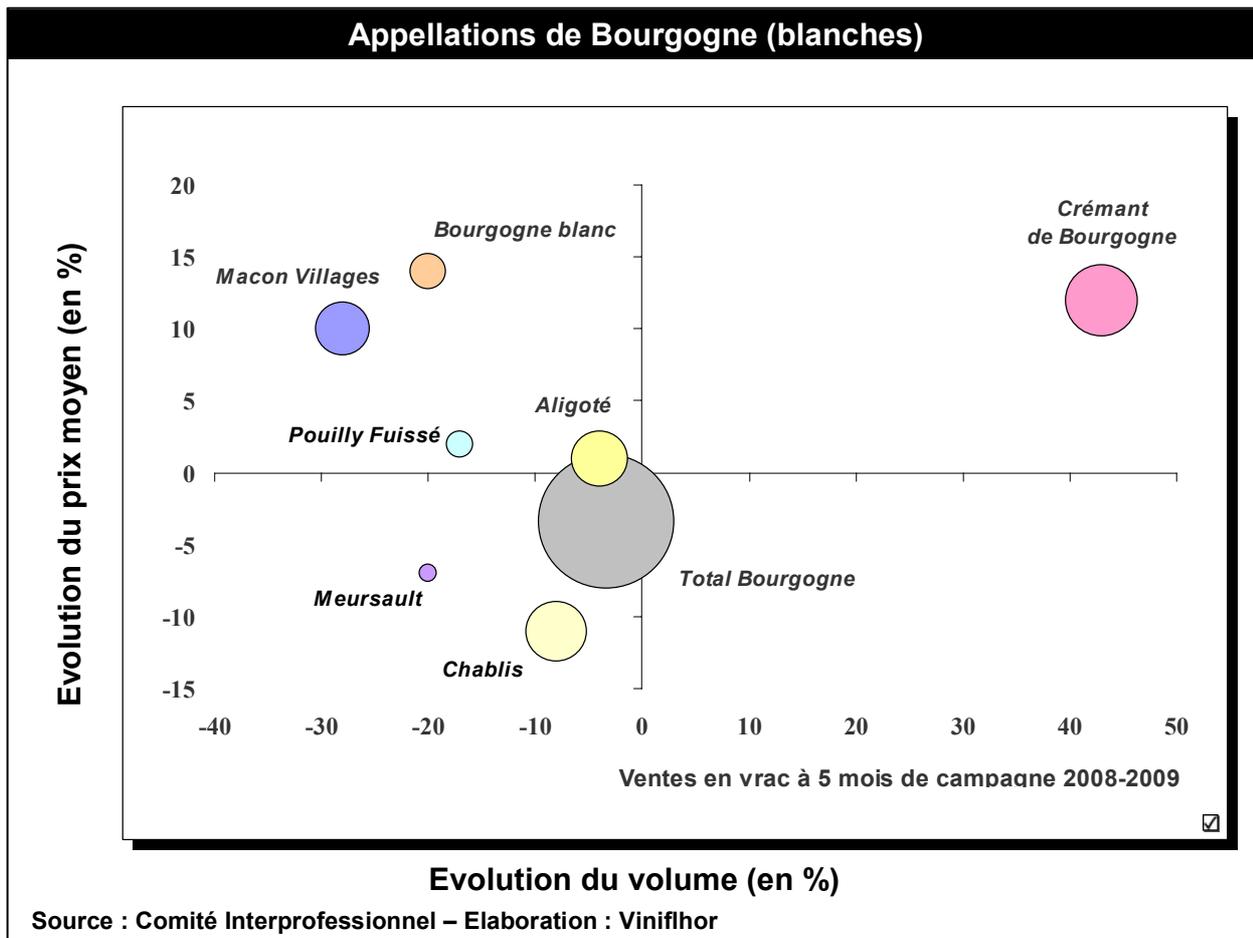
Champagne

Les expéditions totales de Champagne de novembre 2008 s'élèvent à 46,3 millions de cols et sont en baisse de 12,1 % par rapport au mois de novembre 2007.

En cumul mobile 12 mois, elles atteignent un total de 320,6 millions de cols, soit un recul de 5,5 % par rapport au cumul mobile à fin novembre 2007 qui touche plus particulièrement les exportations vers l'Union Européenne (85,5 millions de cols ; -6,6 % / cumul 12 mois novembre 2007) et les pays tiers (56,1 millions de cols ; -5,19 %), mais aussi le marché français (179,0 millions de cols ; -5,1 %).

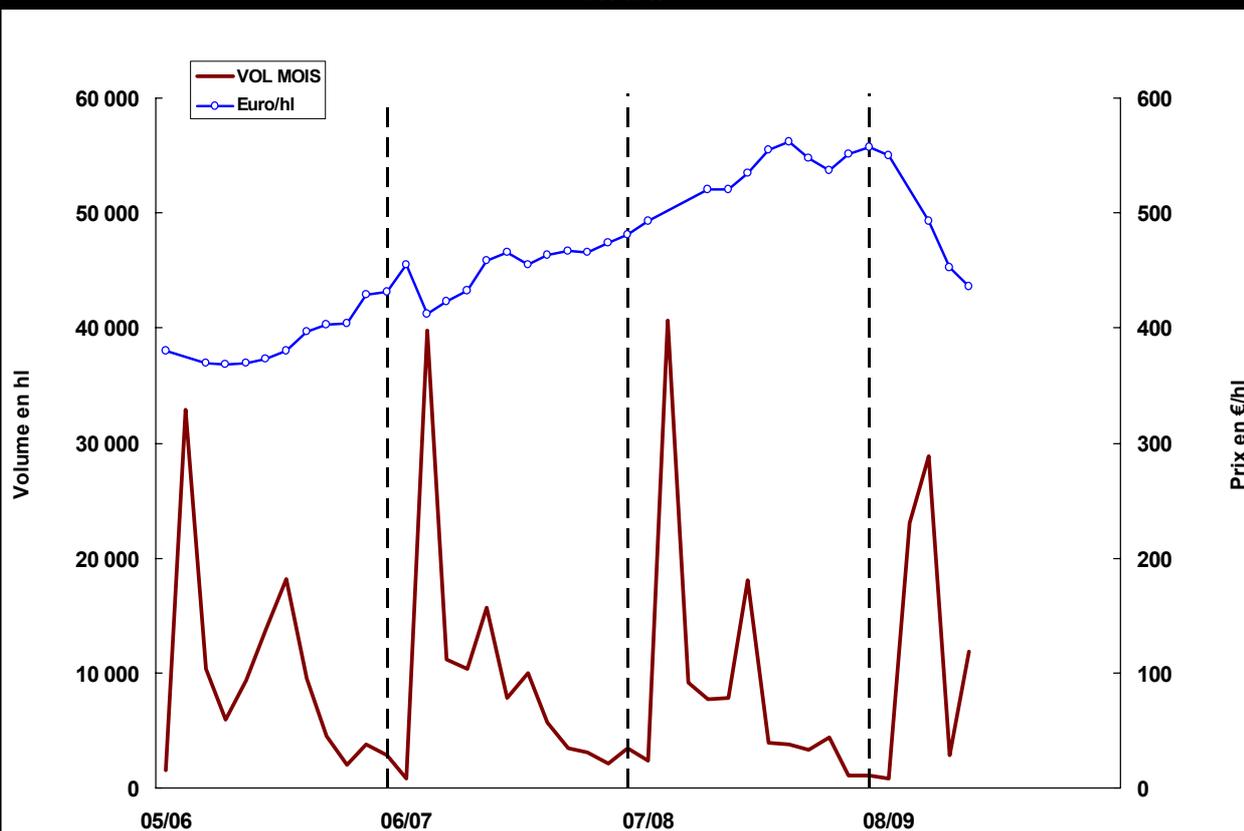
D'une année sur l'autre, la part des exportations reste néanmoins assez stable avec 44 % des ventes totales de Champagne.

Appellations de Bourgogne



Malgré la progression importante des ventes de Crémant de Bourgogne (95 mhl ; +43 % / 5 mois 2007-2008), les ventes vrac à 5 mois 2008-2009 des AOC blanches de cette région (305 mhl ; -17 %) affichent toujours un certain retard de commercialisation par rapport à leur niveau de la campagne précédente. De manière générale, les prix moyens des principales appellations sont par contre tous en augmentation par rapport à 2007-2008, à l'exception du Chablis en baisse de 11 % à 461 €/hl.

Chablis



Source : Comité interprofessionnel

Les volumes

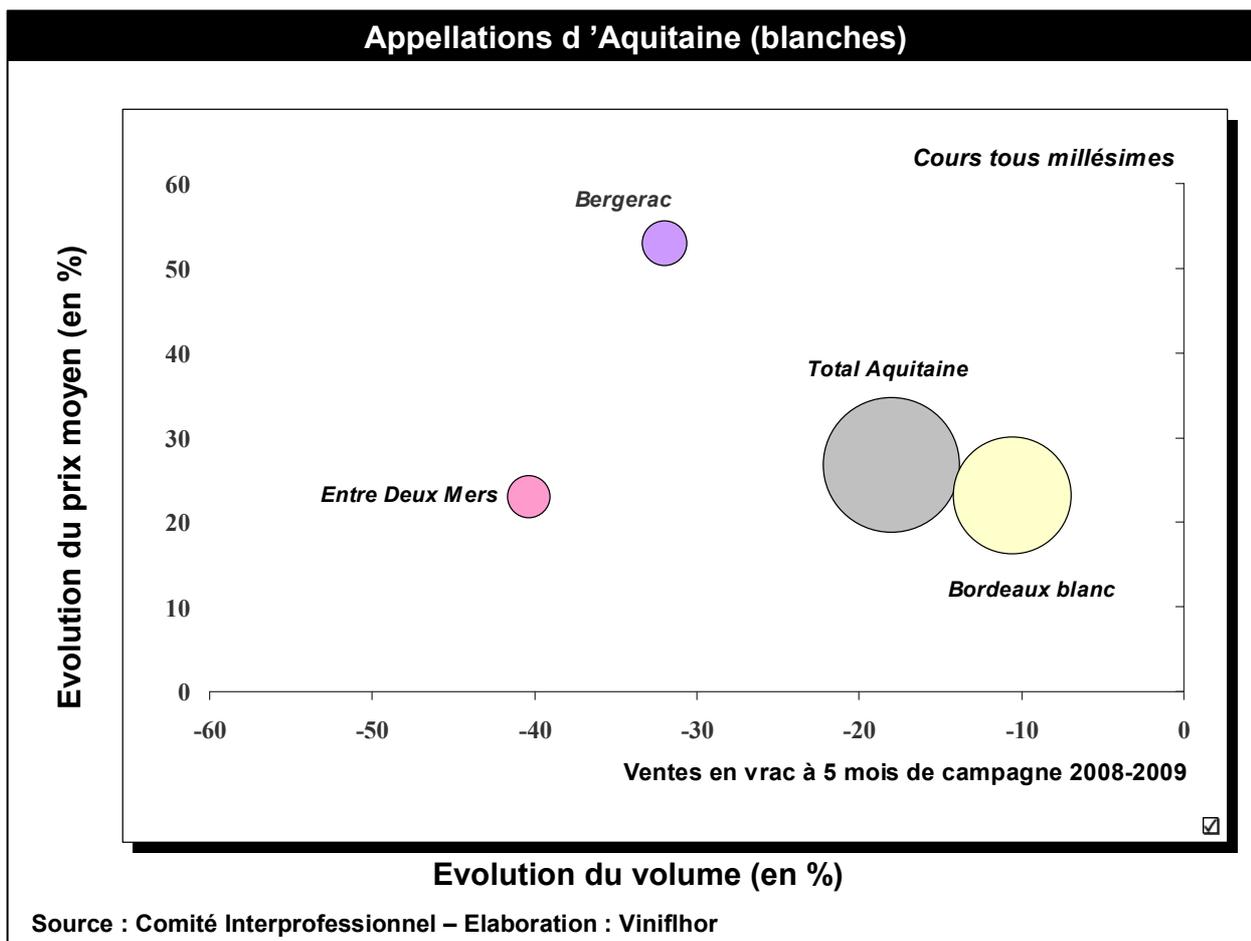
en milliers d'hl	Activité vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
A.O.C. Bourgogne	23,1 mhl	-20%
A.O.C. Bourgogne Aligoté	58,1 mhl	-4%
Crémant de Bourgogne	94,6 mhl	+43%
Régionales Bourgogne	179,2 mhl	+13%
A.O.C. Macon Villages	54,0 mhl	-28%
Régionales Macon	60,3 mhl	-37%
Toutes appellations régionales	239,5 mhl	-6%
Pouilly Fuissé	14,7 mhl	-17%
Chablis	67,6 mhl	-8%
Meursault	5,9 mhl	-20%
Toutes appellations blanches	304,6 mhl	-17%

Source : Comité Interprofessionnel - Elaboration : Viniflor

Les cours				
à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à	Variation /n-1
	décembre 2008		5 mois	
A.O.C. Bourgogne	250 €	+14%	246 €	+14%
A.O.C. Bourgogne Aligoté	231 €	+3%	229 €	+1%
Crémant Bourgogne	190 €	-9%	222 €	+12%
A.O.C. Macon Villages	260 €	+10%	257 €	+10%
Pouilly Fuissé	611 €	+3%	611 €	+2%
A.O.C. Chablis	436 €	-16%	461 €	-11%

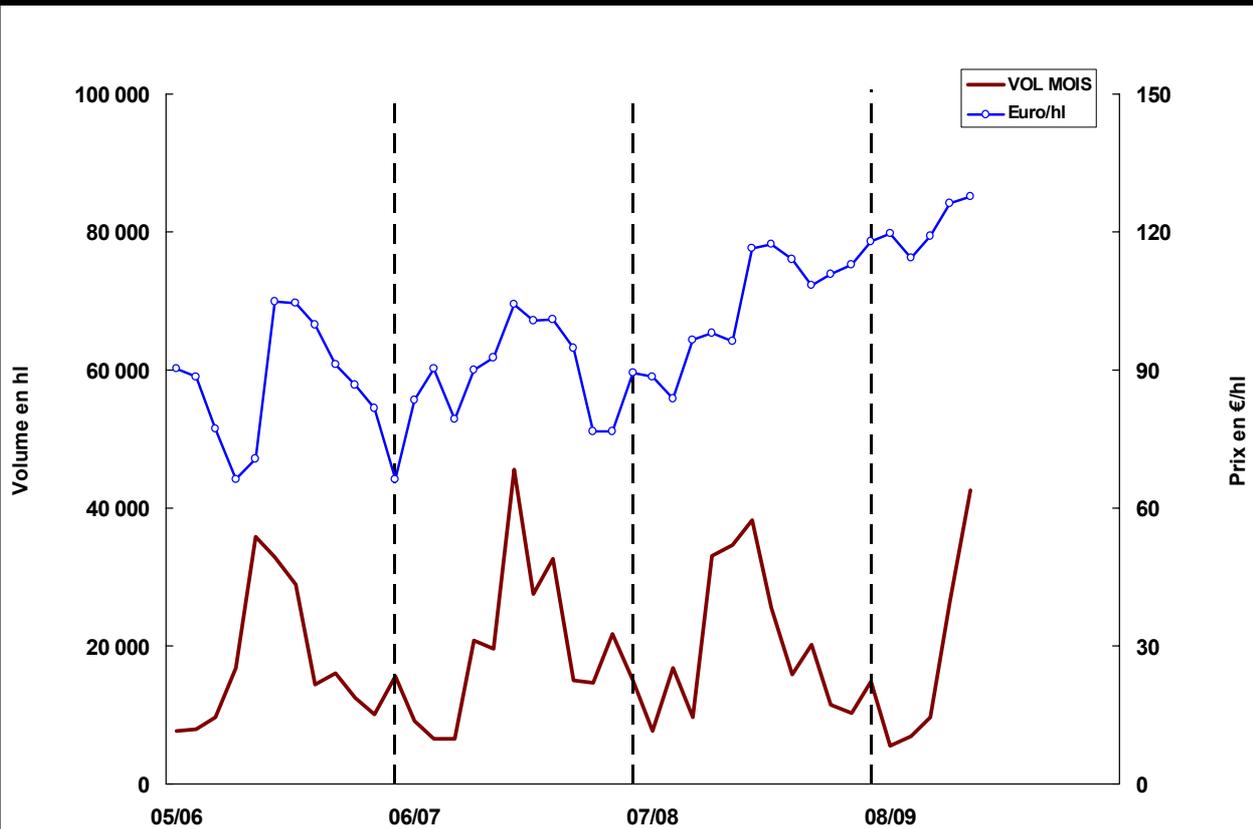
Source : Comité Interprofessionnel - Elaboration : Viniflor

Appellations d'Aquitaine



Compte tenu de la faiblesse des disponibilités 2008-2009, les ventes cumulées en vrac des appellations blanches de la région Aquitaine à fin décembre 2008 restent assez nettement inférieures à celles que l'on pouvait observer l'année dernière à cette même période de la campagne. Tous millésimes confondus, les prix moyens sont par contre en forte progression par rapport à 2007-2008, notamment sur le Bergerac et sur le Bordeaux blanc.

Bordeaux Blanc



Source : Comité interprofessionnel

Les volumes

en milliers d'hl	Activité Vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008		
Groupe Blancs Secs	114,4 mhl	-17%
Appellations de Dordogne		
Bergerac blanc sec	13,4 mhl	-32%

Source : Comité Interprofessionnel

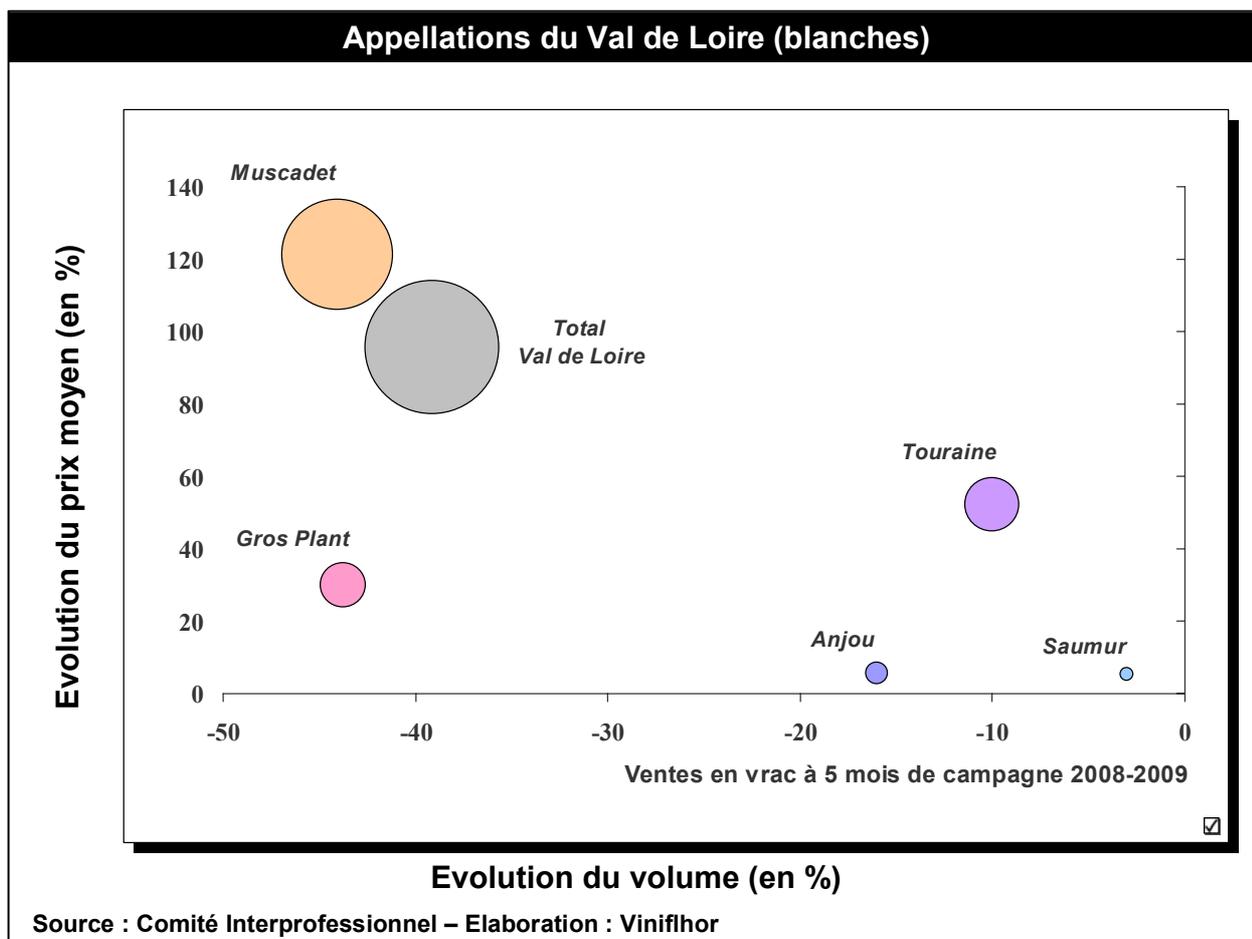
Les cours

à l'hectolitre	Prix du mois en euros/hl décembre 2008	Variation /n-1	Prix de campagne en euros/hl à 5 mois	Variation /n-1
A.O.C. Bordeaux blanc	128 €	+33%	120 €	+31%
A.O.C. Entre Deux Mers (*)	138 €	+25%	128 €	+23%
Bergerac blanc sec	104 €	+27%	103 €	+27%

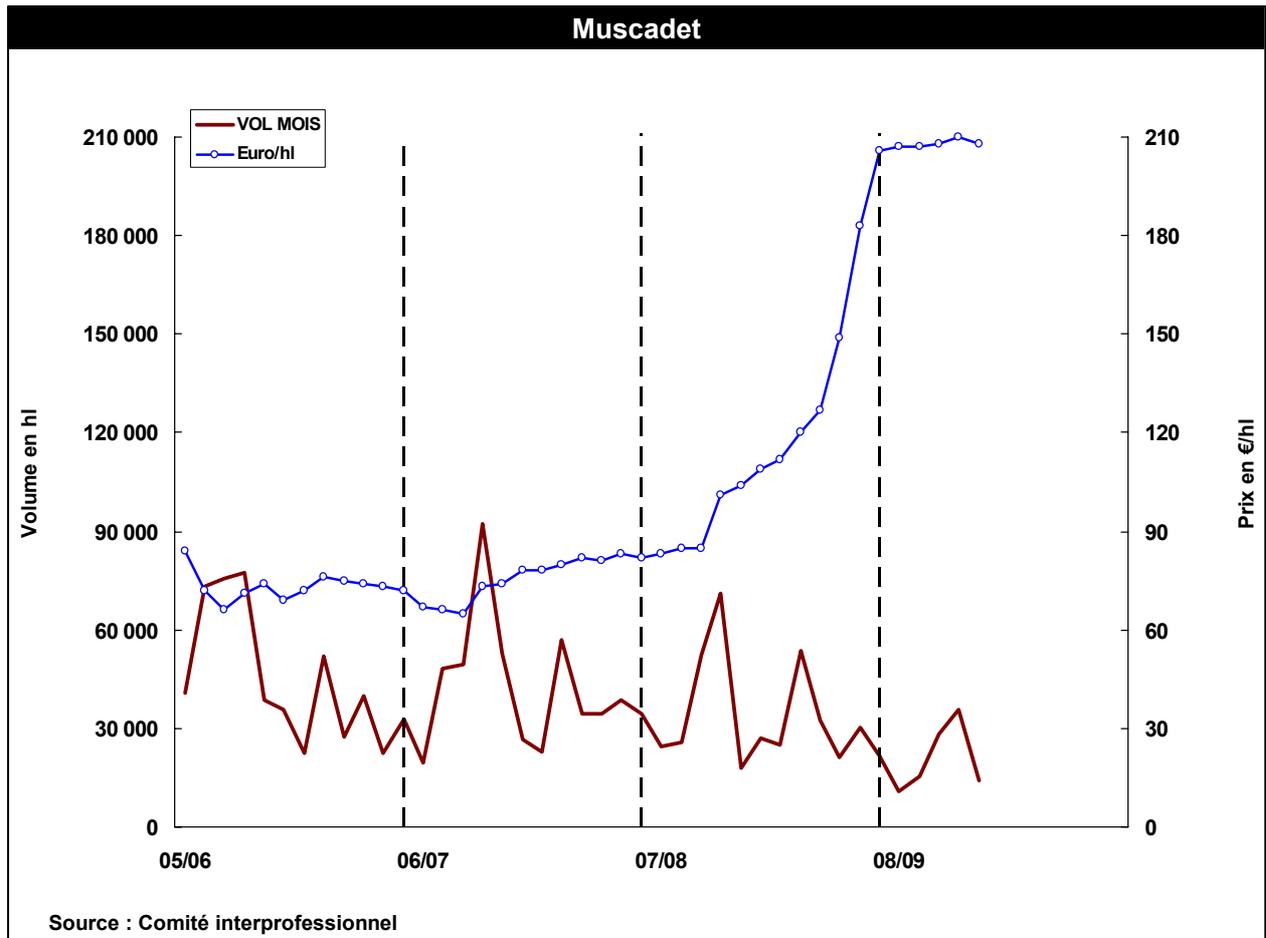
(*) tous millésimes

Source : Comité Interprofessionnel

Appellations du Val de Loire



Le cumul à fin décembre 2008 des échanges vrac des principales AOC blanches du Val de Loire est toujours réduit et inférieur à celui de 2007-2008. A l'inverse, les prix moyens de ces appellations sont en forte augmentation par rapport à 2007-2008 sous l'effet d'une faible récolte 2008, notamment en Muscadet dont les cours mensuels plafonnent désormais à 210 €/hl.



Les volumes

en milliers d'hl		Activité vrac	Variation/n-1
Cumul depuis le début de la campagne 2008-2009 à fin décembre 2008			
A.O.C. Muscadet		104,4 mhl	-44%
A.O.C. Gros Plant		17,9 mhl	-44%
A.O.C. Anjou		4,9 mhl	-16%
A.O.C. Saumur		2,0 mhl	-3%
A.O.C. Touraine		26,4 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 5 mois	Variation /n-1
	décembre 2008			
A.O.C. Muscadet ss-regionales	208,0 €	+100%	208,0 €	+121%
A.O.C. Gros Plant hors sur-lie	107,0 €	+37%	100,0 €	+30%
A.O.C. Anjou	120,7 €	+26%	87,7 €	+6%
A.O.C. Saumur	132,1 €	+19%	118,0 €	+5%
A.O.C. Touraine	147,1 €	+50%	137,0 €	+52%

Source : Comité Interprofessionnel

Annexes à 23 semaines de campagne 2008-2009

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

Comparaison des prix moyens mensuels des vins de table rouges et rosés sans indication géographique en France, Espagne et Italie

■ 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

Comparaison des prix moyens mensuels des vins de table blancs sans indication géographique en France, Espagne et Italie

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

Transactions de moûts et moûts partiellement fermentés par couleur par région

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

CUMUL DES VENTES EN VRAC A 23 SEMAINES en hectolitres	VINS DE TABLE (hors vins de pays)			VINS DE PAYS			TOTAL VINS DE TABLE ET VINS DE PAYS		
	2008/2009	2007/2008	Variation en volume en %	2008/2009	2007/2008	Variation en volume en %	2008/2009	2007/2008	Variation en volume en %
CAMPAGNE 2008/2009									
Aude	184 771	196 314	-11 543 -5,9 %	598 136	636 245	-38 109 -6,0 %	782 907	832 559	-49 652 -6,0 %
Gard	176 104	392 568	-216 464 -55,1 %	356 729	608 228	-251 499 -41,3 %	532 833	1 000 796	-467 963 -46,8 %
Hérault	373 864	425 294	-51 430 -12,1 %	701 817	872 516	-170 699 -19,6 %	1 075 681	1 297 810	-222 129 -17,1 %
Pyénées-Orientales	39 472	44 808	-5 336 -11,9 %	13 716	30 904	-17 188 -55,6 %	53 188	75 712	-22 524 -29,7 %
Languedoc-Roussillon	774 211	1 058 984	-284 773 -26,9 %	1 670 398	2 147 893	-477 495 -22,2 %	2 444 609	3 206 877	-762 268 -23,8 %
P.A.C.A.	79 684	165 930	-86 246 -52,0 %	118 774	176 912	-58 138 -32,9 %	198 458	342 842	-144 384 -42,1 %
Rhone-Alpes	26 166	158 798	-132 632 -83,5 %	39 130	29 143	9 987 34,3 %	65 296	187 941	-122 645 -65,3 %
Midi-Pyrénées	31 939	38 913	-6 974 -17,9 %	23 450	20 452	2 998 14,7 %	55 359	59 365	-3 976 -6,7 %
Corse	138	1 951	-1 813 -92,9 %	31 508	40 278	-8 770 -21,8 %	31 646	42 229	-10 583 -25,1 %
Val de Loire	5 186	17 296	-12 110 -70,0 %	23 871	35 536	-11 665 -32,8 %	29 057	52 832	-23 775 -45,0 %
Aquitaine & Charentes	14 844	35 978	-21 134 -58,7 %	1 356	2 648	-1 292 -48,8 %	16 200	38 626	-22 426 -58,1 %
FRANCE ENTIERE cumul semaine 1 à 23	932 168	1 477 850	-545 682 -36,9 %	1 908 487	2 452 862	-544 375 -22,2 %	2 840 655	3 930 712	-1 090 057 -27,7 %

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

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

CAMPAGNE 2008/2009 moyenne hebdomadaire du mois en N	FRANCE ENTIERE	Midi-Pyrénées	Languedoc-Roussillon	Charente	Provence Côte d'Azur	Vai de Loire	Aquitaine	Corse	Rhône-Alpes
Août 2008 -4 semaines -	57 477	1 806	48 264	38	3 633	456	637		2 644
Septembre 2008 -5 semaines -	100 339	2 283	87 162	89	4 864	841	785		4 314
Octobre 2008 -4 semaines -	91 862	2 750	74 688	165	4 770	1 309	544	5 629	2 109
Novembre 2008 -4 semaines -	127 802	2 734	107 370	35	10 792	2 182	337	1 086	3 266
Décembre 2008 -5 semaines -	220 611	2 134	195 244	76	17 246	1 813	847	957	2 294
Janvier 2009 -1 semaines -	127 344	4 146	111 663		11 129		196		180
Cumul à 23 semaines de la Campagne 2008/2009	2 840 655	55 389	2 444 609	1 775	198 456	29 057	14 425	31 646	65 296

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

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

Campagne 2008/2009	Vin de table				TOTAL				Vin de pays				TOTAL €/hl, €/° hl	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°	
Moyenne mensuelle	24,31	2,62	45,16	38,63	34,06	2,64	35,69	2,89	40,73	3,46	53,90	4,15	48,80	45,19		
Moins de 10°	24,31	2,62	45,16	38,63	34,06	2,64	35,69	2,89	40,73	3,46	53,90	4,15	48,80	45,19		
4 semaines	46,00	4,74	32,36	35,63	36,35	2,84	36,01	2,95	51,66	4,39	50,08	3,86	50,68	46,15		
5 semaines	28,46	3,00	41,69	38,69	43,19	3,35	41,13	3,38	40,88	3,75	51,64	3,99	52,72	47,80		
4 semaines	30,47	3,29	42,36	42,74	43,97	3,42	43,15	3,58	38,36	3,60	48,39	4,48	54,66	50,67		
4 semaines	36,21	3,82	42,28	42,05	45,09	3,49	43,39	3,57	39,97	3,75	49,10	4,20	54,09	50,67		
5 semaines	30,00	3,16	47,44	41,83	48,64	3,72	44,84	3,70	39,76	3,75	50,97	4,33	54,46	52,38		
1 semaines	33,88	3,58	42,03	40,44	42,10	3,27	41,26	3,39	39,57	3,71	49,41	4,21	52,98	49,13		
Cumul à 23 semaines																
Campagne 2008/2009																

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

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 2008/2009 En hl / semaine	Vin de pays			TOTAL			Vin de table			TOTAL		
	Moins de 11°	De 11° à 12°	Plus de 12°	Moins de 10°	De 10° à 10°9	De 11° à 12°	Plus de 12°	Moins de 10°	De 10° à 10°9	De 11° à 12°	Plus de 12°	TOTAL
Août 2008 -4 semaines-		16 120 28,0 %	25 504 44,4 %	238 0,4 %	365 0,6 %	5 303 9,2 %	9 947 17,3 %			5 303 9,2 %	9 947 17,3 %	15 853 27,6 %
Septembre 2008 -5 semaines-	13 0,0 %	26 284 26,2 %	43 068 42,9 %	180 0,2 %	416 0,4 %	14 802 14,8 %	15 577 15,5 %			14 802 14,8 %	15 577 15,5 %	30 975 30,9 %
Octobre 2008 -4 semaines-	71 0,1 %	19 543 21,3 %	33 239 36,2 %	101 0,1 %	1 915 2,1 %	16 939 18,4 %	20 056 21,8 %			16 939 18,4 %	20 056 21,8 %	39 010 42,5 %
Novembre 2008 -4 semaines-	666 0,5 %	27 116 21,2 %	55 698 43,6 %	196 0,2 %	3 203 2,5 %	23 130 18,1 %	17 794 13,9 %			23 130 18,1 %	17 794 13,9 %	44 322 34,7 %
Décembre 2008 -5 semaines-	1 066 0,5 %	48 399 21,9 %	100 538 45,6 %	412 0,2 %	3 381 1,5 %	35 120 15,9 %	31 694 14,4 %			35 120 15,9 %	31 694 14,4 %	70 608 32,0 %
Janvier 2009 -1 semaines-	262 0,2 %	29 305 23,0 %	70 261 55,2 %	460 0,4 %	1 768 1,4 %	13 786 10,8 %	11 502 9,0 %			13 786 10,8 %	11 502 9,0 %	27 516 21,6 %
Cumul à 23 semaines en hl	8 605 0,3 %	653 833 23,0 %	1 246 049 43,9 %	5 558 0,2 %	42 681 1,5 %	444 886 15,7 %	439 043 15,5 %			444 886 15,7 %	439 043 15,5 %	932 168 32,8 %
												2 840 655 100,0 %

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

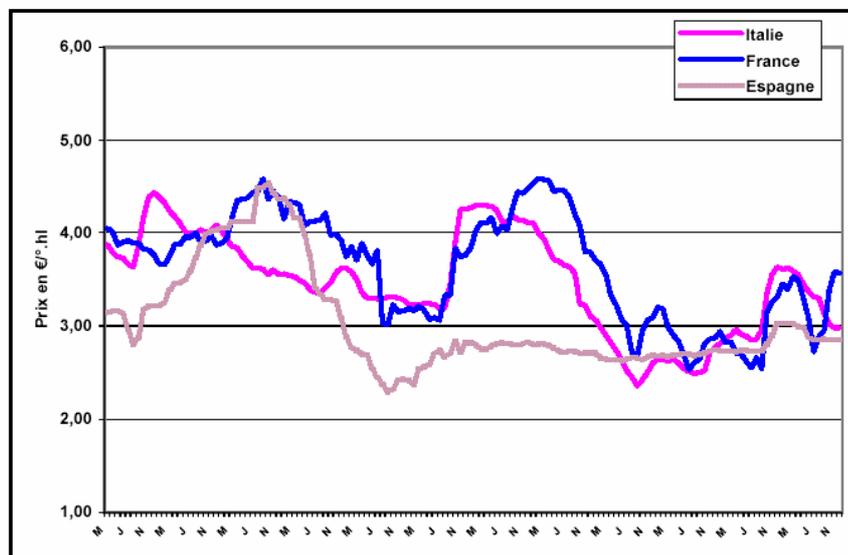
**PRIX MOYEN MENSUEL VINS DE TABLE ET DE PAYS ROUGES ET ROSÉS
FRANCE ET REGIONS**

CAMPAGNE 2008/2009 Prix moyen mensuel	FRANCE ENTIERE	Aquitaine	Charente	Corse	L/R	Midi-Pyrénées	Provence Côte d'Azur	Rhône-Alpes	Val de Loire
Mois & nb de semaines du mois	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl
Août 2008 -4 semaines-	45,19	52,18	27,20		45,80	33,57	38,57	50,14	41,71
Septembre 2008 -5 semaines-	46,15	30,83	20,92		46,34	39,18	44,07	49,85	55,07
Octobre 2008 -4 semaines-	47,80	36,89	37,85	79,00	45,39	38,36	50,83	52,73	57,54
Novembre 2008 -4 semaines-	50,67	35,80	38,00	73,21	50,96	41,86	47,08	51,20	55,41
Décembre 2008 -5 semaines-	50,67	35,61	42,04	71,12	50,27	47,10	55,27	44,81	57,72
Janvier 2009 -1 semaines-	52,38	25,00			52,61	44,46	53,60	45,00	
Prix moyen à 23 semaines	49,13	37,30	33,62	77,01	48,85	40,74	50,37	49,64	55,60
Part de la région dans le chiffre d'affaires total à 23 s	100 %	0,4 %	0,0 %	1,7 %	85,6 %	1,6 %	7,2 %	2,3 %	1,2 %

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

PRIX MOYEN MENSUEL DES VINS DE TABLE ROUGES ET ROSES SANS INDICATION GEOGRAPHIQUE

Prix en €/hl	Italie	France	Espagne
	Rouges	Rouges	Rouges
Décembre 2007	3,63	3,31	3,02
Janvier 2008	3,61	3,45	3,03
Février	3,62	3,39	3,03
Mars	3,59	3,53	3,03
Avril	3,55	3,49	2,99
Mai	3,45	3,30	2,98
Juin	3,37	3,09	2,88
Juillet 2008	3,31	2,72	2,85
Août	3,30	2,88	2,85
Septembre	3,14	2,95	2,86
Octobre	3,02	3,38	2,86
Novembre	2,98	3,58	2,85
Décembre	2,98	3,57	2,85



Sources : Contrats d'achat VINIFLHOR, 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 23 SEMAINES en hectolitres	VINS DE TABLE (hors vins de pays)				VINS DE PAYS				TOTAL VINS DE TABLE ET VINS DE PAYS					
	2008/2009		2007/2008		2008/2009		2007/2008		2008/2009		2007/2008		2008/2009	
	Variation en volume	Variation en %	Variation en volume	Variation en %	Variation en volume	Variation en %	Variation en volume	Variation en %	Variation en volume	Variation en %	Variation en volume	Variation en %	Variation en volume	Variation en %
CAMPAGNE 2008/2009	156 871	211 393	-54 522	-25,8 %	408 648	607 928	-199 280	-32,8 %	565 519	819 321	-253 802	-31,0 %		
Languedoc-Roussillon	76 224	134 259	-58 035	-43,2 %	100 106	71 014	29 092	41,0 %	176 330	205 273	-28 943	-14,1 %		
Midi-Pyrénées	46 056	55 776	-9 720	-17,4 %	9 775	38 900	-29 125	-74,9 %	55 831	94 676	-38 845	-41,0 %		
Provence Côte d'Azur	2 310	8 900	-6 590	-74,0 %	22 752	33 266	-10 514	-31,6 %	25 062	42 166	-17 104	-40,6 %		
Val de Loire	5 231	11 155	-5 924	-53,1 %	4 538	6 458	-1 920	-29,7 %	9 769	17 613	-7 844	-44,5 %		
Rhône-Alpes	7 989	18 517	-10 528	-56,9 %	970	3 590	-2 620	-73,0 %	8 959	22 107	-13 148	-59,5 %		
Aquitaine	7 124	2 716	4 408	162,3 %	455	311	144	46,3 %	7 579	3 027	4 552	150,4 %		
Charente	492	259	233	90,0 %	2 101	7 472	-5 371	-71,9 %	2 593	7 731	-5 138	-66,5 %		
Corse	302 297	442 975	-140 678	-31,8 %	549 345	768 939	-219 594	-28,6 %	851 642	1 211 914	-360 272	-29,7 %		
FRANCE ENTIERE cumul semaine 1 à 23														

Source : Contrats d'Achat VINIFLHOR

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

CAMPAGNE 2008/2009 moyenne hebdomadaire du mois en hl	FRANCE ENTIERE	Midi-Pyrénées	Languedoc-Rous sillon	Charente	Provence Côte d'Azur	Val de Loire	Aquitaine	Corse	Rhône-Alpes
Août 2008 -4 semaines -	11 980	1 750	9 420	6	365	216	40		185
Septembre 2008 -5 semaines -	12 869	3 312	7 946	68	257	855	214		217
Octobre 2008 -4 semaines -	14 388	2 410	10 361	68	230	444	231	574	71
Novembre 2008 -4 semaines -	46 297	8 751	31 259	194	3 450	1 821	743		79
Décembre 2008 -5 semaines -	85 271	12 981	58 978	1 234	7 673	2 133	742	60	1 470
Janvier 2009 -1 semaines -	70 283	43 220	26 743			200	120		
Cumul à 23 semaines de la Campagne 2008/2009	851 642	176 330	566 519	7 579	55 831	25 062	8 959	2 593	9 769

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

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

Campagne 2008/2009	Midi- Pyrénées		Aquitaine		Charentes		L/ R		Val de Loire		France entière							
	Gers		10° à 12°		>12°		<10°		10° à 12°		>12°		<10°		10° à 12°		>12°	
	<10°	10° à 12°	10° à 12°	>12°	10° à 12°	>12°	<10°	10° à 12°	>12°	10° à 12°	>12°	<10°	10° à 12°	11° à 12°	10° à 12°	>12°		
Août 2008 -4 semaines-	5,40	4,75	1,58	4,75				4,59	3,31	2,66				4,69	4,69	3,80		
Septembre 2008 -5 semaines-	5,67	4,23	5,06	4,23				4,23	4,40	5,72			4,09	4,55	4,55	4,44		
Octobre 2008 -4 semaines-	5,98	4,26	4,53	3,61				4,64	5,43	3,89			6,73	4,79	4,87	5,17		
Novembre 2008 -4 semaines-	6,09	5,85	4,94	5,09	4,77	4,33	5,25	4,54	5,23	3,75			4,53	4,78	4,74	5,34		
Décembre 2008 -5 semaines-	5,73	4,38	4,71	5,67	4,21	5,31	5,31	4,61	5,42	4,19			5,28	4,89	4,96	5,38		
Janvier 2009 -1 semaines-		6,19	4,55					4,58					6,32	5,97	6,06			
PRIX MOYEN A 23 SEMAINES	6,09	5,91	4,80	5,11	4,02	5,30	5,02	4,57	5,19	4,56	5,40	5,33	4,92	4,98	5,20			

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

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 2008/2009 En hl / semaine	Vin de table				TOTAL				Vin de pays			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 2008 -4 semaines-						3 009	618	3 626		2 013	6 342	8 354	11 980
						25,1 %	5,2 %	30,3 %		16,8 %	52,9 %	68,7 %	100,0 %
Septembre 2008 -5 semaines-			31		3 142	707	3 850	4 394		4 394	4 596	8 990	12 869
			0,2 %		24,4 %	5,5 %	30,1 %	34,1 %		34,1 %	35,7 %	68,9 %	100,0 %
Octobre 2008 -4 semaines-	50		289		6 499	711	7 548	88		2 787	3 966	6 840	14 388
	0,3 %		2,0 %		45,2 %	4,9 %	52,5 %	0,6 %		19,4 %	27,6 %	47,5 %	100,0 %
Novembre 2008 -4 semaines-	243		2 441		10 367	3 661	16 712			11 984	17 601	29 585	46 297
	0,5 %		5,3 %		22,4 %	7,9 %	36,1 %			25,9 %	38,0 %	63,9 %	100,0 %
Décembre 2008 -5 semaines-	938		4 599		18 463	4 935	28 936	76		16 512	39 747	56 335	86 271
	1,1 %		5,4 %		21,7 %	5,8 %	33,9 %	0,1 %		19,4 %	46,6 %	66,1 %	100,0 %
Janvier 2009 -1 semaines-			7 504		19 174	26 678	38 000			23 617	19 988	43 605	70 283
			10,7 %		27,3 %					33,6 %	28,4 %	62,0 %	100,0 %
Cumul à 23 semaines en hl	5 861		41 574		206 694	48 188	302 297	730		195 283	353 332	548 345	851 642
	0,7 %		4,9 %		24,3 %	5,7 %	35,5 %	0,1 %		22,9 %	41,5 %	64,5 %	100,0 %

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

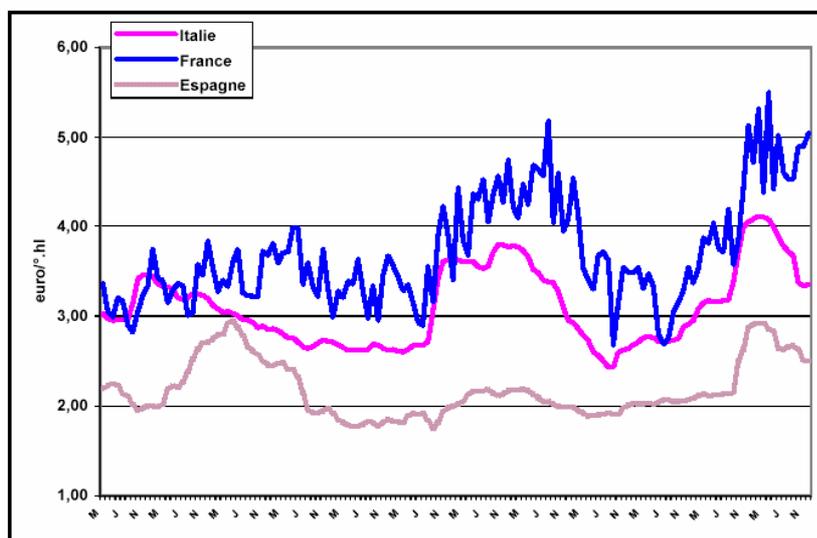
**PRIX MOYEN MENSUEL VINS DE TABLE ET DE PAYS BLANCS
FRANCE ET REGIONS**

CAMPAGNE 2008/2009	FRANCE ENTIERE	Aquitaine	Charente	Corse	L/R	Midi-Pyrénées	Provence Côte d'Azur	Rhône-Alpes	Val de Loire
Prix moyen mensuel	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl
Mois & nb de semaines du mois	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl	€/hl
Août 2008	90,33	49,53	55,00		93,29	75,86	100,23	73,43	86,22
-4 semaines-	7,32	4,13	4,58		7,50	6,37	8,35	5,82	7,18
Septembre 2008	73,57	56,67	53,51		73,97	72,69	56,97	45,83	91,14
-5 semaines-	6,07	5,06	4,36		5,98	6,21	4,73	3,82	7,92
Octobre 2008	69,68	59,50	65,00	82,91	67,49	71,82	63,85	52,95	103,76
-4 semaines-	5,84	5,09	4,95	6,99	5,63	6,14	5,21	4,54	8,84
Novembre 2008	75,70	55,56	50,69		77,92	71,10	57,74	59,52	105,36
-4 semaines-	6,25	4,76	5,05		6,33	6,10	4,89	5,05	9,01
Décembre 2008	77,46	62,29	51,77	88,69	80,76	69,85	61,91	83,24	104,16
-5 semaines-	6,35	5,40	5,28	7,24	6,46	6,05	5,35	7,11	8,83
Janvier 2009	73,72	54,17			79,70	69,73			150,00
-1 semaines-	6,28	4,55			6,36	6,20			13,64
Prix moyen à 23 semaines	76,67	58,76	52,22	83,58	79,47	70,67	61,80	76,71	102,01
	6,32	5,08	5,19	7,02	6,40	6,13	5,30	6,50	8,71
Part de la région dans le chiffre d'affaires total à 23 s	100 %	0,8 %	0,6 %	0,3 %	68,8 %	19,1 %	5,3 %	1,1 %	3,9 %

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

PRIX MOYEN MENSUEL DES VINS DE TABLE BLANCS SANS INDICATION GEOGRAPHIQUE

Prix en €/hl	Italie	France	Espagne
	Blancs	Blancs	Blancs
Décembre 2007	4,05	5,13	2,87
Janvier 2008	4,08	4,71	2,91
Février	4,11	5,31	2,92
Mars	4,10	4,37	2,92
Avril	4,08	5,50	2,86
Mai	3,99	4,41	2,83
Juin	3,88	5,02	2,64
Juillet 2008	3,78	4,60	2,63
Août	3,72	4,52	2,66
Septembre	3,67	4,53	2,67
Octobre	3,37	4,90	2,63
Novembre	3,34	4,89	2,51
Décembre	3,35	5,05	2,50



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

COMMERCIALISATION DES VINS DE PAYS AVEC INDICATION DU CEPAGE

Vins de Pays Blancs	Chardonn.		Sauvigno.		Viognier		Terret		Grenache		VDP de cépage		Total VDP	%	VDP de cépage	Prix
	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volume	Prix				
Août 2008	16 283	113,41	6 223	131,72	513	144,99			1 734	73,63	26 016	114,91	33 417	78 %	106,79	
Septembre 2008	10 993	85,09	10 986	90,62	2 324	96,37			454	71,94	25 808	88,22	44 948	57 %	82,51	
Octobre 2008	5 740	88,67	6 061	93,22	764	86,92			102	63,04	14 735	88,71	27 359	54 %	84,47	
Novembre 2008	30 652	89,64	39 962	97,33	4 703	108,07	3 130	67,81	3 094	71,17	90 157	90,53	118 340	76 %	86,46	
Décembre 2008	101 864	90,93	84 463	95,19	11 496	100,64	10 009	67,76	4 139	70,53	221 883	91,11	281 676	79 %	87,38	
Janvier 2009	5 218	88,42	6 694	94,14	1 121	94,23	1 500	68,00	1 000	71,80	20 275	84,47	43 605	46 %	78,07	
total à 23 semaines	170 750	92,31	154 389	96,77	20 921	102,08	14 639	67,80	10 523	71,34	398 874	91,92	549 345	73 %	87,08	

Vins de Pays Rosés	Cinsaut		Grenache		Syrah		Merlot		Cabernet.		VDP de cépage		Total VDP	%	VDP de cépage	Prix
	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volume	Prix				
Août 2008	4 554	53,29	1 534	51,93	2 101	59,52	140	50,00	300	53,27	9 077	53,82	31 379	29 %	53,40	
Septembre 2008	7 002	51,84	6 013	54,80	2 302	58,97	2 709	56,57	200	67,25	19 455	55,01	85 091	23 %	64,66	
Octobre 2008	3 675	52,50	540	58,70	4 584	60,12			38	80,09	9 090	57,02	33 006	28 %	57,39	
Novembre 2008	20 626	54,74	3 942	57,08	4 808	78,74	1 051	60,20	1 102	58,74	32 998	59,13	104 232	32 %	54,18	
Décembre 2008	72 811	55,43	26 817	56,71	24 877	62,18	1 572	55,28	5 313	61,77	134 369	57,12	274 315	49 %	55,86	
Janvier 2009	16 957	55,92	4 100	55,35	1 390	58,76	3 500	60,00			25 947	56,53	43 035	80 %	55,44	
total à 23 semaines	125 625	55,02	42 946	56,20	40 062	63,49	8 972	58,00	6 953	61,18	230 966	57,03	571 058	40 %	56,79	

Vins de Pays Rouges	Merlot		Cabernet.		Syrah		Gamay		Pinot		VDP de cépage		Total VDP	%	VDP de cépage	Prix
	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volumes	Prix	Volume	Prix				
Août 2008	35 851	53,71	23 897	53,56	4 063	80,88	1 720	55,06	431	133,21	88 918	54,74	135 116	51 %	47,73	
Septembre 2008	62 098	50,39	38 018	57,14	9 561	57,42	2 675	54,29	525	92,22	117 997	53,23	261 732	45 %	46,13	
Octobre 2008	47 744	51,51	22 382	54,48	10 735	62,40	5 576	58,15	6 656	99,49	96 558	57,63	178 403	54 %	51,86	
Novembre 2008	72 129	60,21	32 016	61,11	12 904	67,81	6 638	56,82	4 090	123,74	131 613	62,66	229 687	57 %	54,88	
Décembre 2008	126 492	57,43	97 469	58,77	32 001	61,60	6 321	55,72	7 868	110,37	274 737	59,94	475 698	58 %	53,07	
Janvier 2009	12 944	58,37	19 896	57,89	1 497	81,90	970	50,00	260	120,00	36 258	59,13	56 793	64 %	53,71	
total à 23 semaines	357 258	55,63	233 678	57,81	70 761	62,68	23 900	56,15	19 830	109,62	726 081	58,50	1 337 429	54 %	51,35	

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

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 2008	88 505	53,42	67 195	41,34	10 795	57,32	166 495	48,80
octobre 2008	109 542	53,03	71 457	43,63	30 410	72,97	211 409	52,72
septembre 2008	147 007	53,08	140 537	39,04	59 279	72,30	346 823	50,68
novembre 2008	200 759	60,11	106 047	44,50	27 113	54,04	333 919	54,66
décembre 2008	457 656	58,59	261 610	45,75	30 747	58,09	750 013	54,09
janvier 2009	73 396	57,27	21 940	45,18	4 492	53,89	99 828	54,46
Total à 23 semaines	1 076 865	57,04	668 786	43,46	162 836	65,20	1 908 487	52,98

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 2008	26 195	111,61	1 521	119,86	5 701	81,13	33 417	106,79
octobre 2008	18 217	88,77	3 183	69,32	5 959	79,40	27 359	84,47
septembre 2008	27 531	86,97	1 153	80,53	16 264	75,09	44 948	82,51
novembre 2008	88 514	91,07	8 271	67,79	21 555	74,72	118 340	86,46
décembre 2008	234 918	89,96	13 829	71,73	32 929	75,53	281 676	87,38
janvier 2009	28 685	80,53	9 170	70,04	5 750	78,59	43 605	78,07
Total à 23 semaines	424 060	90,64	37 127	72,47	88 158	76,07	549 345	87,08

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 2008	75 165	53,34	57 259	40,13	2 692	52,93	135 116	47,73
octobre 2008	93 778	52,38	65 017	43,29	19 608	77,74	178 403	51,86
septembre 2008	123 318	52,77	124 903	37,75	13 511	63,02	261 732	46,13
novembre 2008	148 049	60,77	73 711	42,30	7 927	61,87	229 687	54,88
décembre 2008	289 282	59,45	176 782	42,36	9 634	58,13	475 698	53,07
janvier 2009	41 548	57,59	13 865	42,21	1 380	52,39	56 793	53,71
Total à 23 semaines	771 140	57,08	511 537	41,09	54 752	66,50	1 337 429	51,35

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 2008	13 340	53,88	9 936	48,36	8 103	58,78	31 379	53,40
octobre 2008	15 764	56,90	6 440	46,99	10 802	64,31	33 006	57,39
septembre 2008	23 689	54,71	15 634	49,37	45 768	75,04	85 091	64,66
novembre 2008	52 710	58,26	32 336	49,53	19 186	50,80	104 232	54,18
décembre 2008	168 374	57,11	84 828	52,82	21 113	58,08	274 315	55,86
janvier 2009	31 848	56,84	8 075	50,27	3 112	54,55	43 035	55,44
Total à 23 semaines	305 725	56,94	157 249	51,15	108 084	64,54	571 058	56,79

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR

COMMERCIALISATION DES MOUTS

Produit Destination Couleur	M.C. euro/ht et hl	M.C.R. euro/ht et hl	Mout Vification pour agrément en VDP		Mout Vification en VDT		Mout Vification en VDT		Mout Impôts		Mout Enrichissement Educomation		Mout Elaboration jus de raisin		Mout Concentration		Mout Autres destinations		M.P.F. euro/ht et hl
			Blanc euro/ht et hl	Coloré euro/ht et hl	Blanc euro/ht et hl	Coloré euro/ht et hl	Blanc euro/ht et hl	Coloré euro/ht et hl	Blanc euro/ht et hl	Coloré euro/ht et hl	Blanc euro/ht et hl	Coloré euro/ht et hl	Blanc euro/ht et hl	Coloré euro/ht et hl	Blanc euro/ht et hl	Coloré euro/ht et hl	Blanc euro/ht et hl	Coloré euro/ht et hl	
Mois																			
Septembre 2007	2,68	960	10 437	39 803	965	339	11 439	389	23 473	7 488	314	10 750	419	750	48 230	10 750	419	750	3 725
Octobre 2007	2,08		3,84	6 863	11 439	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473
Novembre 2007	2,69	2 147	3,84	6 863	11 439	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473	3,89	23 473
Décembre 2007	2,69		4,71	7,77	483	4,71	7,77	483	4,71	7,77	483	4,71	7,77	483	4,71	7,77	483	4,71	7,77
Vol. cumulés à semaines	3 117	154	18 188	78 879	12 496	39 971	1 250	577	1 250	100	182 106	28 002	491	3 142	7 138	1 753	3 81	1 453	3 81
Prix cumulés à semaines	2,46	2,98	3,92	4,85	3,37	4,04	5,77	6,43	3,27	4,41	6,36	4,15	3,142	8 616	2,77	4,15	3,142	8 616	2,77
Vol. fin de campagne	4 783	1 266	18 652	96 096	13 076	47 988	1 810	5,32	3,27	4,39	6,36	4,15	3,142	8 616	2,77	4,15	3,142	8 616	2,77
Prix campagne	2,82	2,93	3,94	4,71	3,37	4,01	5,32	6,43	3,27	4,39	6,36	4,15	3,142	8 616	2,77	4,15	3,142	8 616	2,77
Mois																			
Septembre 2008	5,18	50	1 997	9 697	2 790	484	1 250	10 000	314	65 800	6 160	1 32	5 945	1 750	3 190	5 945	1 750	3 190	5 945
Octobre 2008	5,18		4,85	5 613	15 504	4,85	15 504	4,85	15 504	4,85	15 504	4,85	15 504	4,85	15 504	4,85	15 504	4,85	15 504
Novembre 2008	5,18	2 551	5,81	2 440	10 268	5,81	7 700	5,81	7 700	5,81	7 700	5,81	7 700	5,81	7 700	5,81	7 700	5,81	7 700
Décembre 2008	5,18		4,49	1 114	3 934	4,49	3 934	4,49	3 934	4,49	3 934	4,49	3 934	4,49	3 934	4,49	3 934	4,49	3 934
Vol. cumulés à semaines	50	1 833	11 154	50 960	28 587	49 024	260	86 549	11 213	10	80	1 163	1 149	10 324	5,44	1 149	1 149	10 324	5,44
Prix cumulés à semaines	5,18	3,25	5,06	7,03	3,57	5,12	6,58	4,20	4,58	3,41	6,04	3,19	5,61	4,20	5,61	4,20	5,61	4,20	5,61
Vol. fin de campagne																			
Prix campagne																			

Source : Contrats d'achat VINIFLHOR



Viniflor

Unité cultures et filières spécialisées
Dossier suivi par Françoise BRUGIERE
francoise.brugiere@viniflor.fr

La consommation taxée

La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles VINIFLHOR-INFOS est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : « extrait VINIFLHOR-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 VINIFLHOR devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par VINIFLHOR

La consommation taxée

Mois après mois, l'activité de conditionnement des vins de table reste lente. Au cours du 1^{er} trimestre de la campagne 3,9 millions d'hl de VQPRD (-8,6 % / 3 mois 2007-2008) et 3,4 millions d'autres vins (-4,7 % / 3 mois 2007-2008) ont été enregistrés par la DGDDI au titre de la consommation taxée. Au total avec 7,3 millions d'hl, le volume taxé est en recul de 6,8 %.

VOLUMES SORTIS DES CHAIS DES PRODUCTEURS												
MOIS	V.Q.P.R.D.				AUTRES VINS				TOTAL GENERAL			
	2007/08		2007/08		2006/07		2007/08		2006/07		2007/08	
	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C
AOUT	1 683		1 427		1 211		1 059		2 894		2 487	
SEPTEMBRE	1 727	3 410	1 821	3 248	1 284	2 495	1 830	2 889	3 011	5 905	3 651	6 137
OCTOBRE	2 384	5 794	2 027	5 276	1 697	4 192	1 318	4 207	4 081	9 986	3 346	9 483
NOVEMBRE	1 738	7 532			2 863	7 055			4 602	14 587		
DECEMBRE	1 339	8 871			2 670	9 725			4 009	18 596		
JANVIER	1 496	10 367			2 972	12 697			4 468	23 064		
FEVRIER	1 527	11 894			2 124	14 820			3 651	26 715		
MARS	1 851	13 745			1 646	16 466			3 497	30 211		
AVRIL	1 910	15 655			1 532	17 998			3 442	33 653		
MAI	1 838	17 493			1 354	19 353			3 192	36 846		
JUIN	1 769	19 262			1 401	20 754			3 170	40 015		
JUILLET	2 787	22 490			1 458	22 212			4 245	44 261		

M: Données Mensuelles en mhl

C: Données Cumulées en mhl

CONSOMMATION TAXEE												
	V.Q.P.R.D.				AUTRES VINS				TOTAL GENERAL			
	2007/08		2008/09		2007/08		2008/09		2007/08		2008/09	
	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C
AOUT	1 488		1 320		1 157		1 119		2 645		2 439	
SEPTEMBRE	1 337	2 838	1 234	2 554	1 108	2 604	1 125	2 245	2 444	5 442	2 360	4 799
OCTOBRE	1 514	4 287	1 366	3 920	1 296	3 561	1 150	3 395	2 810	7 848	2 517	7 315
NOVEMBRE	1 628	6 032			1 244	4 805			2 872	10 838		
DECEMBRE	1 416	7 552			1 096	5 902			2 512	13 454		
JANVIER	1 131	8 712			1 028	6 930			2 160	15 642		
FEVRIER	1 272	9 932			1 169	8 099			2 441	18 030		
MARS	1 391	11 434			1 387	9 486			2 778	20 920		
AVRIL	1 458	12 828			1 254	10 740			2 712	23 568		
MAI	1 419	14 369			1 103	11 843			2 522	26 212		
JUIN	1 306	15 767			1 099	12 942			2 404	28 709		
JUILLET	1 538	16 989			1 385	14 327			2 923	31 225		

VARIATION EN POURCENTAGE 2008/09 PAR RAPPORT A 2007/08						
	V.Q.P.R.D.		AUTRES		ENSEMBLE	
	M	C	M	C	M	C
AOUT	-11,3%		-3,3%		-7,8%	
SEPTEMBRE	-7,7%	-10,0%	1,6%	-13,8%	-3,5%	-11,8%
OCTOBRE	-9,8%	-8,6%	-11,2%	-4,7%	-10,5%	-6,8%
NOVEMBRE						
DECEMBRE						
JANVIER						
FEVRIER						
MARS						
AVRIL						
MAI						
JUIN						
JUILLET						



Viniflor

Unité cultures et filières spécialisées
Dossier suivi par Françoise BRUGIERE
francoise.brugiere@viniflor.fr

Pratiques culturelles sur vignes et pratiques œnologiques : connaissances et opinions des Français

La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles VINIFLHOR-INFOS est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : « extrait VINIFLHOR-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 VINIFLHOR devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par VINIFLHOR

Pratiques culturelles sur vignes et pratiques œnologiques : connaissances et opinions des Français.

Fin 1998, l'office national interprofessionnel des vins lançait une étude sur la connaissance par les Français des pratiques viticoles et œnologiques et de leurs évolutions. La problématique de cette étude était la suivante : « Le marché du vin en France est marqué par une régression sur les 30 dernières années : la consommation quotidienne de vin a fait place à une consommation plus exceptionnelle, plus conviviale et qualitative, surtout pour les consommateurs les plus jeunes, entraînant une réduction des volumes consommés. Face à cette situation, et selon les modèles anglo-saxons (USA, Australie, Afrique du Sud), les producteurs et négociants ont développé des procédés de culture et d'élaboration du vin qui garantissent l'hygiène et la stabilité des produits, mais qui s'éloignent des méthodes traditionnelles. Des « produits » au sens marketing du terme sont fabriqués ou expérimentés pour mieux satisfaire les goûts des consommateurs, et obtenir des coûts de production compétitifs.

Ces pratiques ne mettent pas en danger la qualité du vin, ni la santé des consommateurs. Mais elles peuvent, si ceux-ci les découvrent ou si elles font l'objet d'une campagne dénigrante, mettre en danger l'image du vin. Celui-ci en effet, a toujours été présenté comme un produit traditionnel, authentique et naturel.

Les pratiques visées sont par exemple : l'usage des pesticides et des produits chimiques destinés à protéger les vignes des insectes et des maladies ; les ingrédients ajoutés au jus de raisin pour en améliorer la vinification : le sucre, les acidifiants (acide tartrique, malique voire fumarique), les protéines pour le collage, les sulfites pour la stabilisation ; la technique du « boisage » avec des copeaux ou des lamelles pouvant se substituer à l'élevage en fûts de bois, voire l'aromatisation, pour des effets gustatifs. Ces pratiques pourraient être dévoilées dans différentes circonstances : obligation d'étiquetage imposée par la CEE, campagne menée par les producteurs étrangers, ou lors d'une action volontaire menée par la filière. »

Dix ans plus tard, les tendances de consommation de vins en France se sont confirmées : les consommateurs réguliers se raréfient (25% en 2005), la consommation du vin se détache du repas (30% des volumes consommés hors repas).

De plus, la prise de conscience environnementale a fait son chemin sous l'effet d'une pression médiatique constante. On peut néanmoins considérer que si la conscience écologique s'est développée, l'impact de cette préoccupation sur les comportements et en particulier sur les comportements d'achats reste souvent limité aux intentions sauf quand un effet est attendu par l'individu sur sa propre santé ou celle de ses proches. Le CREDOC dans l'enquête CCAF 2007 révèle que le lien est clairement établi par les Français entre alimentation et santé au point que, dans la définition du « bien manger » l'équilibre est passé devant le goût et le plaisir. Dans la même enquête, le vin est considéré comme un produit « présentant aujourd'hui un risque pour la santé » par 51% des Français derrière la charcuterie (71%) et devant le beurre (42%).

En 2008, la question des pesticides en agriculture et des résidus dans les produits de l'alimentation a été soulevée à plusieurs reprises notamment au sujet des raisins (novembre 2008) ou des vins (mars 2008)

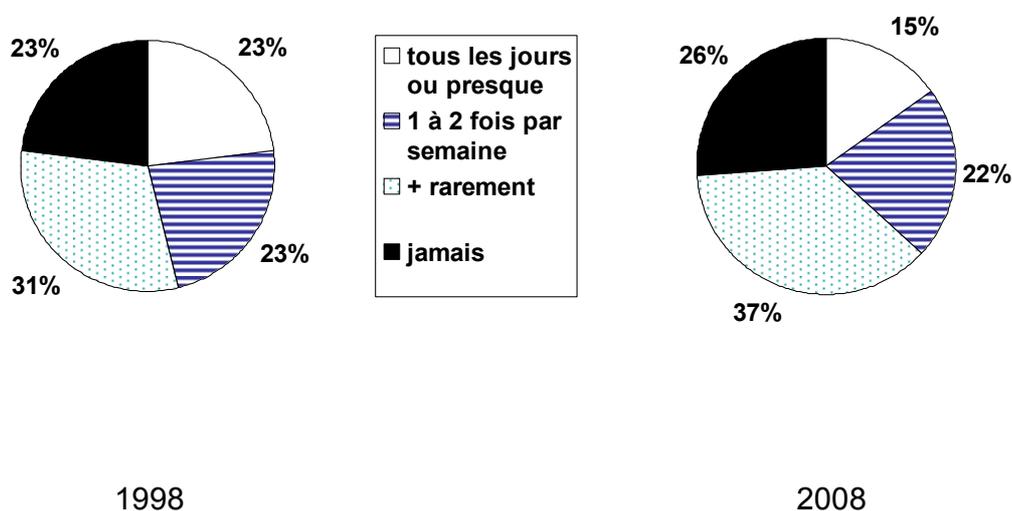
Concomitamment avec la publication par le SSP des résultats des l'enquête « pratiques culturelles sur vigne » qui présente un état des lieux des pratiques déclarées par les viticulteurs sur un échantillon de 5000 parcelles, il a parut utile de faire un point de l'évolution des connaissances et des opinions des Français sur « la façon dont sont faits les vins ».

Un échantillon de 1000 personnes a été interrogé par téléphone

Des questions leur ont été posées sur leurs habitudes de consommation de vin. 26% d'entre eux déclarent ne jamais consommer de vin (vs 23% en 1998). On ne trouve plus que 15% de consommateurs quotidiens ou quasi quotidiens (vs 23% en 1998), la proportion de consommateurs hebdomadaires (1 à 2 fois par semaine) n'a pas varié en 10 ans (22% en 2008 contre 23% en 1998) mais c'est la proportion de consommateurs moins fréquents qui augmente : 37% en 2008 vs 31% en 1998. Ces résultats sont différents de ceux recueillis par l'enquête quinquennale Viniflor UM2, particulièrement pour les non consommateurs et les consommateurs rares.

Vous personnellement, à quelle fréquence consommez vous du vin?

Base 1000 personnes de 15 ans et plus

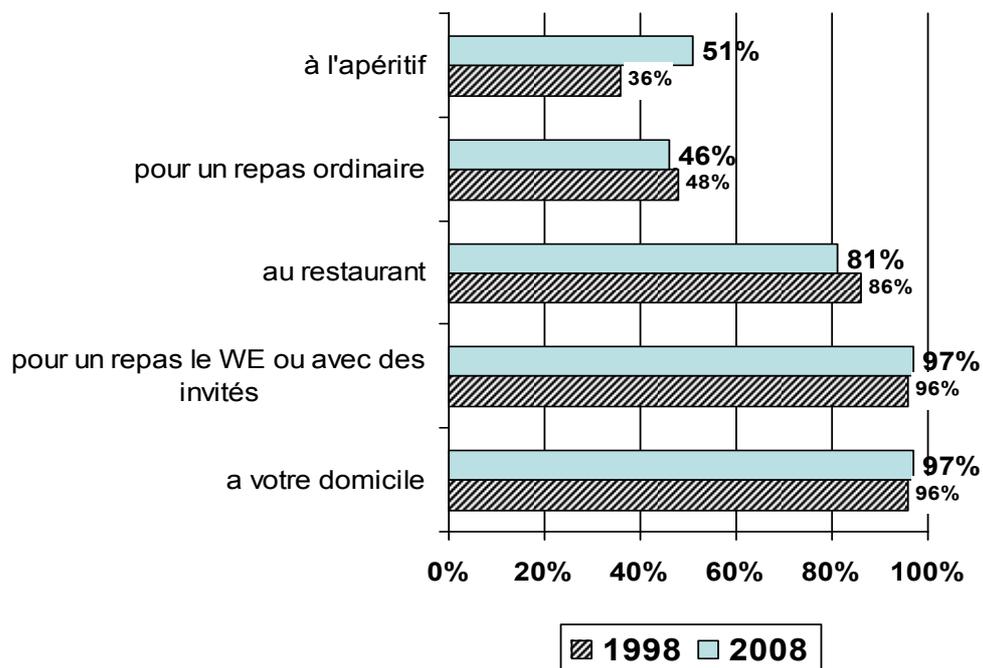


Source : 1998 : Ipsos-Insight Marketing pour ONIVINS. 2008 sondage Efficience3 pour VINIFLHOR

Une autre question est posée, uniquement aux consommateurs de vins, sur les occasions de consommation. Pour 2 des occasions des évolutions sont sensibles entre les 2 sondages : une baisse de la fréquence de consommation au restaurant (de 86% à 81% des consommateurs) et une progression de la consommation à l'apéritif (de 36% à 51%).

Quand consommez vous du vin?

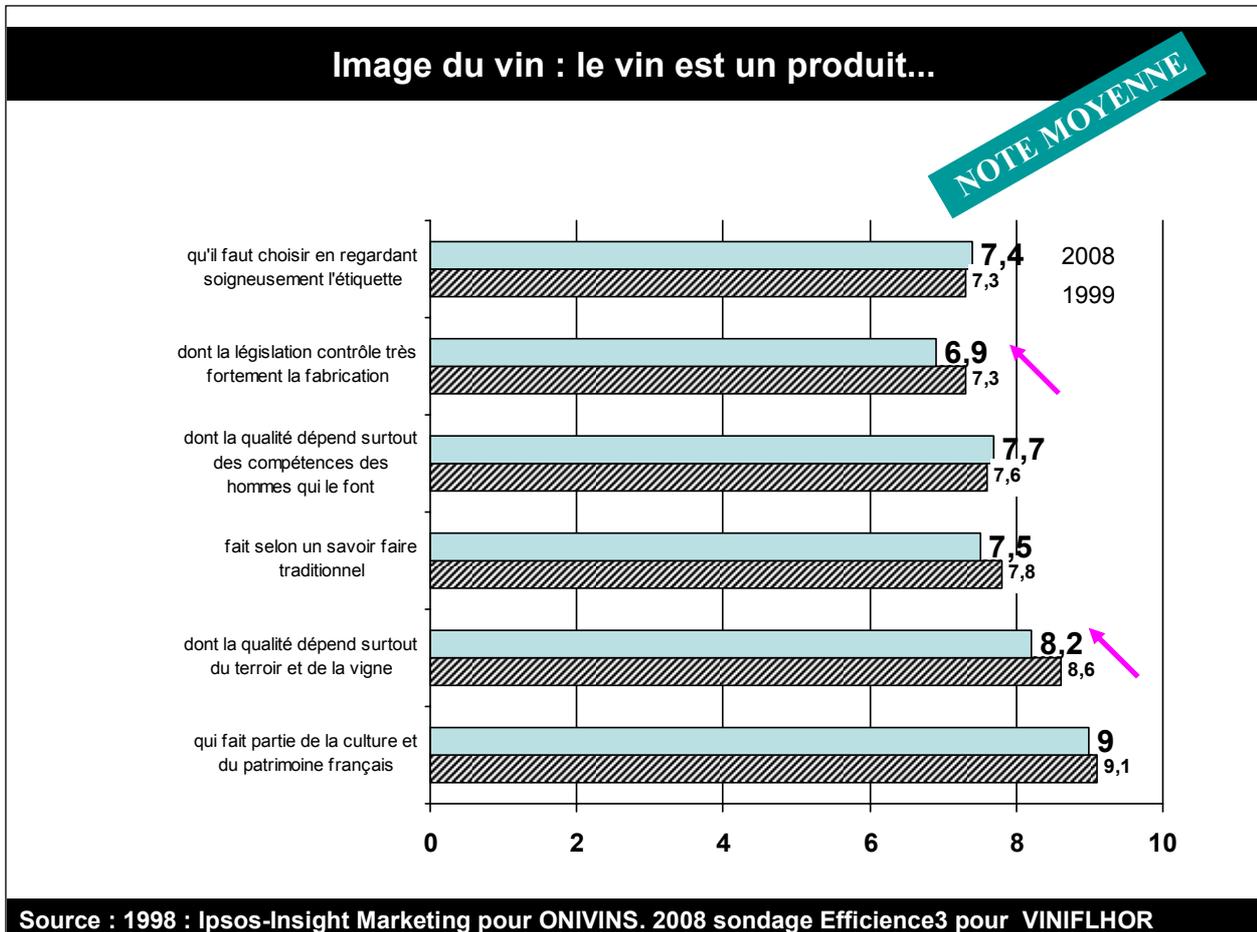
Base 740 consommateurs de vin



Source : 1998 : Ipsos-Insight Marketing pour ONIVINS. 2008 sondage Efficience3 pour VINIFLHOR

L'image du vin

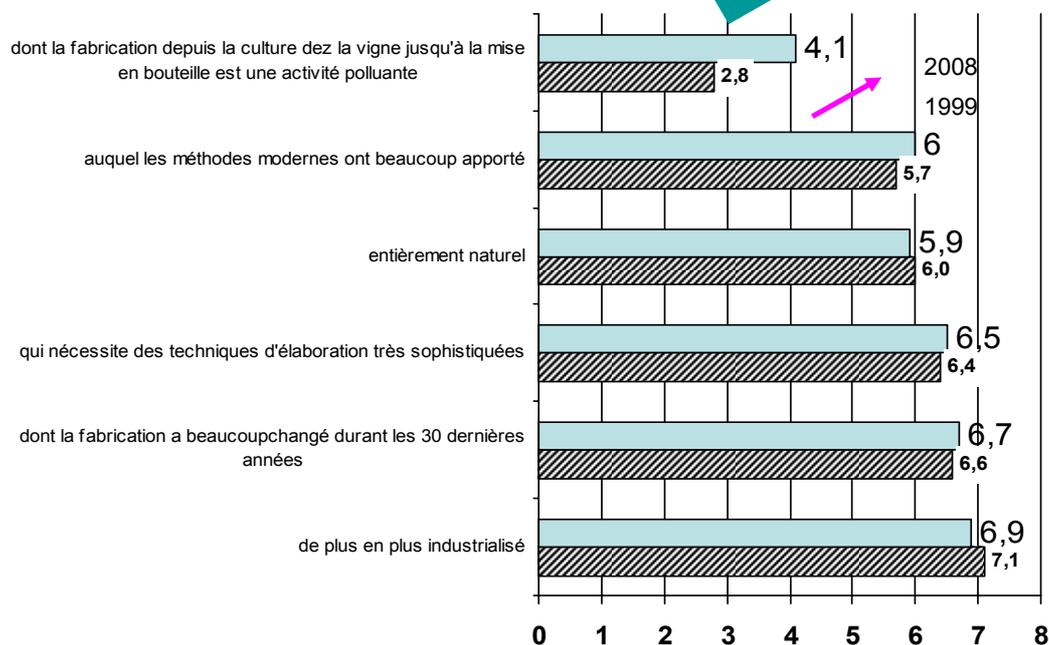
Une série de 12 questions concerne l'image des vins. Les personnes sondées doivent donner une note sur 10. Culturellement, pour le Français, une note inférieure à la moyenne est une mauvaise note et une note supérieure à 8/10 est une très bonne note.



En 2008 comme en 1998, le vin a une belle image. Les notes restent très proches à dix ans d'intervalle. De façon très nette et très homogène dans la population le vin est identifié au patrimoine et au terroir. Légèrement moins bien noté mais toujours très haut, la tradition et le savoir faire des hommes rencontrent moins la confiance des non consommateurs. Les affirmations concernant le contrôle législatif du produit, l'importance de l'étiquette, mais aussi le caractère industrialisé, évolutif ou sophistiqué de la fabrication obtiennent des notes plus moyennes.

Image du vin : le vin est un produit...

NOTE MOYENNE



Source : 1998 : Ipsos-Insight Marketing pour ONIVINS. 2008 sondage Efficience3 pour VINIFLHOR

La perception du vin comme produit « entièrement naturel » est plus mitigée, particulièrement par les non consommateurs (5,6/10). Enfin, l'item « le vin est un produit dont la fabrication depuis la culture de la vigne jusqu'à la mise en bouteille est une activité polluante » n'a pas de succès avec une note de 4,1/10. Cependant, c'est la note qui augmente le plus : elle n'était que de 2,8/10 en 1998.

La connaissance des modes d'élaboration du vin

Une seconde série de 12 phrases ont été proposées à la sagacité de l'échantillon. Les personnes interrogées devaient pour chacune déclarer vraie ou fausse la proposition faite.

Pour un certain nombre de ces propositions, le score n'a pratiquement pas évolué en 10 ans : 38% des répondants considèrent vrai que « avant d'être mis en bouteille, le vin est fait à partir d'un mélange de vins de récoltes différentes, régions différentes » et 54% (vs 52% en 1998) que « avant d'être mis en bouteille, le vin est fait à partir d'un mélange de vins de vignes différentes, cépages différents ». L'ajout de protéines (Pour faire du vin, on ajoute au jus de raisin, à différents stades de maturation, des protéines) considéré comme vrai par 12% des personnes contre 14% en 1998, l'ajout d'acidifiant (Pour faire du vin, on ajoute au jus de raisin, à différents stades de maturation, des acidifiants : 35% de vrai en 2008 vs 38% en 1998) ou l'ajout de sucre (Pour faire du vin, on ajoute au jus de raisin, à différents stades de maturation, du sucre : 63% de vrai en 2008 contre 71% en 1998) évoluent peu. Les français associent moins systématiquement qu'il y a 10 ans le vin et le tonneau : « au cours de sa fabrication, le vin séjourne systématiquement quelques temps dans un tonneau ou une

cuve en bois » perd 8 points de 76% de vrai en 1998 à 68% en 2008. L'ajout de gaz soufré (41% de vrai en 2008 vs 31% en 1998), de levures (45% vs 35%), d'aromatisant (48% vs 32%) et encore plus nettement l'utilisation de copeaux pour donner un goût boisé au vin (59% de vrai en 2008 vs 27% en 1998) sont des pratiques devenues tout à fait vraisemblables. Par contre, le fait que l'on fasse en France du rosé par mélange de vins rouges et rosés recule dans l'opinion : 14% en 2008 vs 21% en 1998. Enfin, l'affirmation « Dans les vins, on trouve les résidus des engrais, fongicides et insecticides, qui ont servi à cultiver la vigne » qui n'était considérée comme vraie que par 41% des Français, l'est en 2008 par 67%.

L'acceptation de nouvelles pratiques à l'avenir

Toutes les propositions faites qui portaient sur l'évolution de la nature même du produit vin ont été refusées et ceci sans appel.

En effet, la plupart sont hostiles aux idées suivantes :

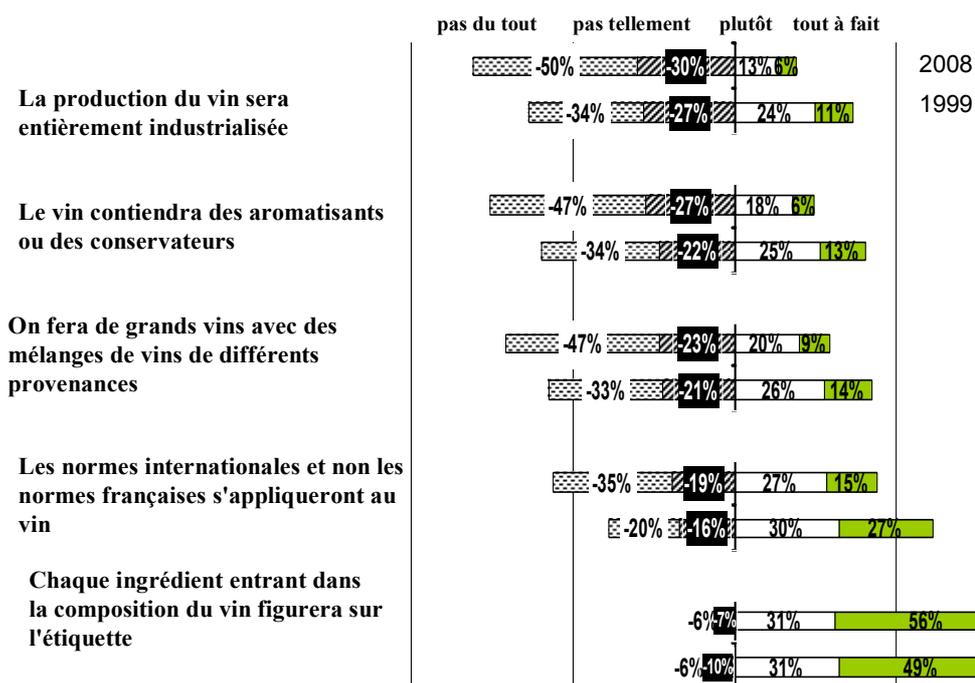
« la production du vin sera entièrement industrialisée » 50% n'acceptent pas du tout l'idée ; « le vin contiendra des aromatisants ou des conservateurs » (47%) ;

« on chauffera ou réfrigérera le vin pour accélérer sa maturation » (47%) ;

« le vin sera fait à partir de raisins issus de la recherche génétique » (54%) ;

« on fera de grands vins avec des mélanges de vins de différentes provenances » (47%).

Le vin à l'avenir : personnellement acceptez-vous l'idée...



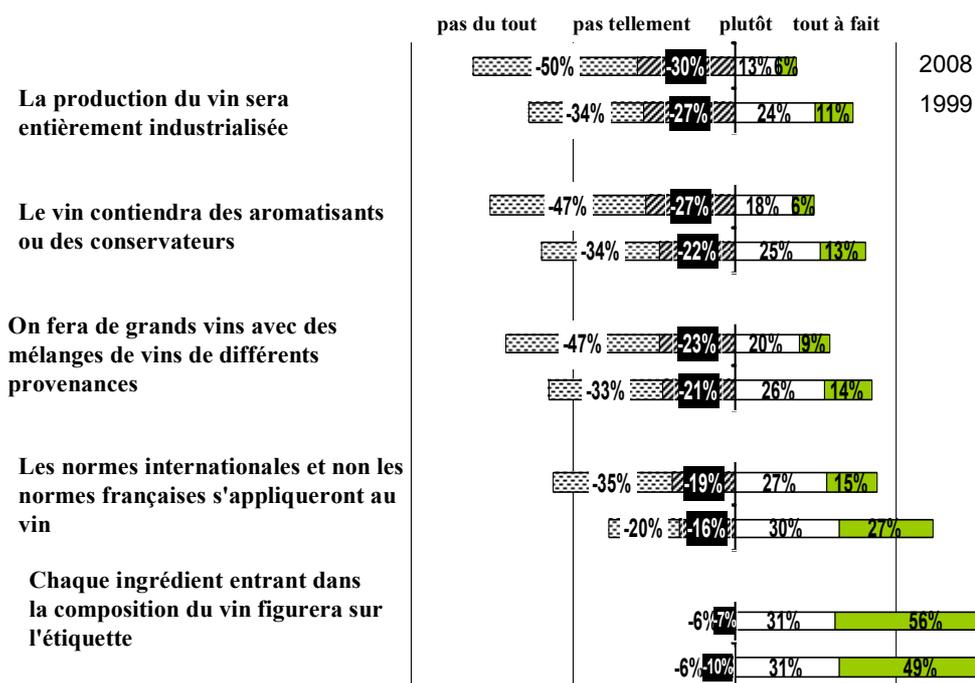
Source : 1998 : Ipsos-Insight Marketing pour ONIVINS. 2008 sondage Efficience3 pour VINIFLHOR

La proposition repoussoir « on trouvera du vin lyophilisé ou en poudre » fonctionne à merveille puisqu'elle recueille 80% de personnes qui ne l'acceptent pas du tout.

Pour tous ces items, le rejet a progressé entre 1998 et 2008.

Par contre la proposition « le goût boisé du vin sera obtenu en mettant du bois dans les cuves sous forme de lamelles ou de copeaux » qui n'était acceptée (plutôt ou tout à fait) que par 25% des sondés en 1998, l'est en 2008 par 40%. Même sens d'évolution pour « on ne trouvera plus que du vin bio », qui reste majoritairement refusée mais dont le taux d'acceptation passe de 27% en 1998 à 46% en 2008.

Le vin à l'avenir : personnellement acceptez-vous l'idée...



Source : 1998 : Ipsos-Insight Marketing pour ONIVINS. 2008 sondage Efficience3 pour VINIFLHOR

Les 2 dernières propositions concernaient plus généralement la réglementation et confirment les réactions observées en 1998 : une très forte majorité est d'accord pour que « chaque ingrédients entrant dans la composition du vin figure sur l'étiquette » : 87% d'accord dont 56% de tout à fait d'accord (vs 80% dont 49% en 1998) ; et beaucoup sont réservés à l'idée que « les normes internationales et non les normes françaises s'appliqueront au vin » : 35% n'acceptent pas du tout l'idée (vs 20% en 1998).

Certaines pratiques médiatisées au cours de ces 10 dernières années sont davantage repérées comme existantes même si elles ne sont pas souhaitées par les consommateurs. La possibilité d'interventions, d'ajouts dans le processus de vinification y compris pour modifier le goût du vin est plus fréquemment reconnue. Ainsi, le vin se rapproche également de la normalisation alimentaire et l'étiquetage des ingrédients est fortement souhaité. L'établissement d'un lien entre le vin et l'agriculture progresse à travers sa contribution à la pollution et la présence de résidus de produits chimiques. D'où sans doute une augmentation de l'acceptation du « tout vin bio ».

Au final, la répétition de ce sondage montre des facteurs fondamentaux de stabilité de l'image du vin autour des valeurs de tradition et de sa double dimension naturelle et culturelle. Néanmoins les connaissances des Français évoluent, vraisemblablement sous l'influence de médias (blogs et forum Internet notamment et leur reprise dans les médias classiques) qui ne sont pas maîtrisés par les producteurs. Il est de plus en plus difficile d'étouffer les révélations sensationnelles mais il importe plus que jamais d'anticiper et d'être vigilant sur ce domaine sensible et d'être prêt à répondre, sans dramatiser, aux éventuelles attaques et rumeurs : distiller l'information à ceux qui veulent savoir, homologuer les pratiques éthiques, normaliser la modernité...



Unité cultures et filières spécialisées
Dossier suivi par : Ghislaine PARAN
ghislaine.paran@viniflor.fr

Les ventes de vins tranquilles en grande distribution Bilan de la campagne 2007-2008

La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles VINIFLHOR-INFOS est autorisée, sous réserve des mentions suivantes : "extrait VINIFLHOR-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 VINIFLHOR devra, par ailleurs figurer sur les documents intégrant pour une part majoritaire des éléments fournis par VINIFLHOR

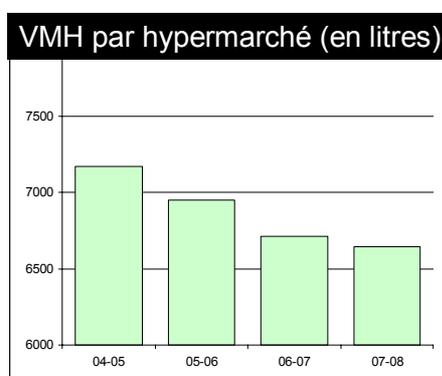
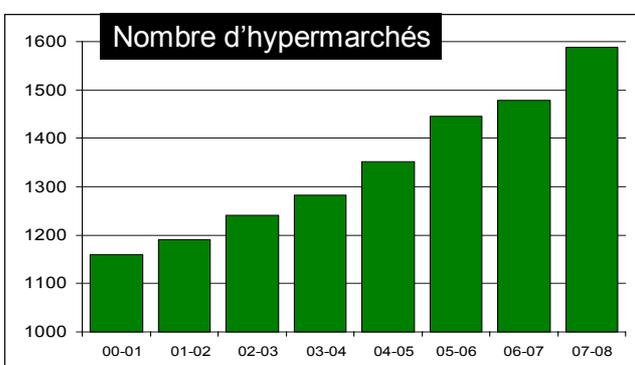
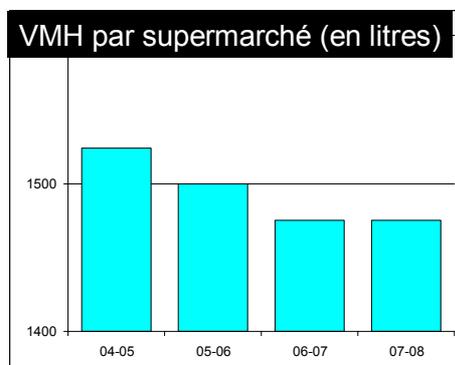
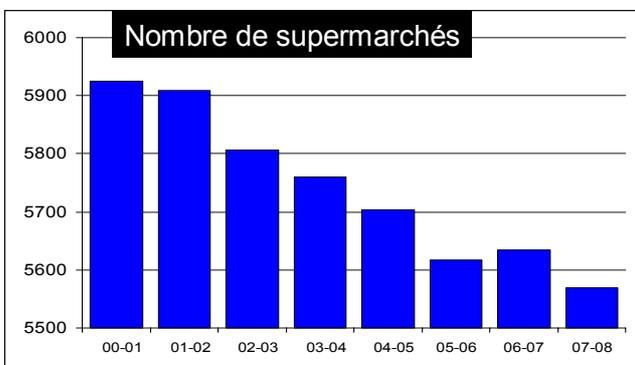
FICHE n°1 : Précisions méthodologiques

Nous présentons ici un bilan des ventes de vins tranquilles en grande distribution pour la campagne 2007-2008. Les résultats sont issus du panel INFOSCAN réalisé, par la société IRI FRANCE, à partir de l'enregistrement des sorties de caisse.

Le parc total des magasins suivis en infoscan census est composé de 1588 Hypermarchés, 5 570 Supermarchés 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 la campagne 2006-2007 correspond aux 52 semaines comprises entre le 14 août 2006 (P09/2006) et le 12 août 2007 (P08/2007), et que la campagne 2007-2008 correspond aux 52 semaines comprises entre le 13 août 2007 (P09/2007) et le 17 août 2008 (P08/2008).

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 mise à jour et de correction 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

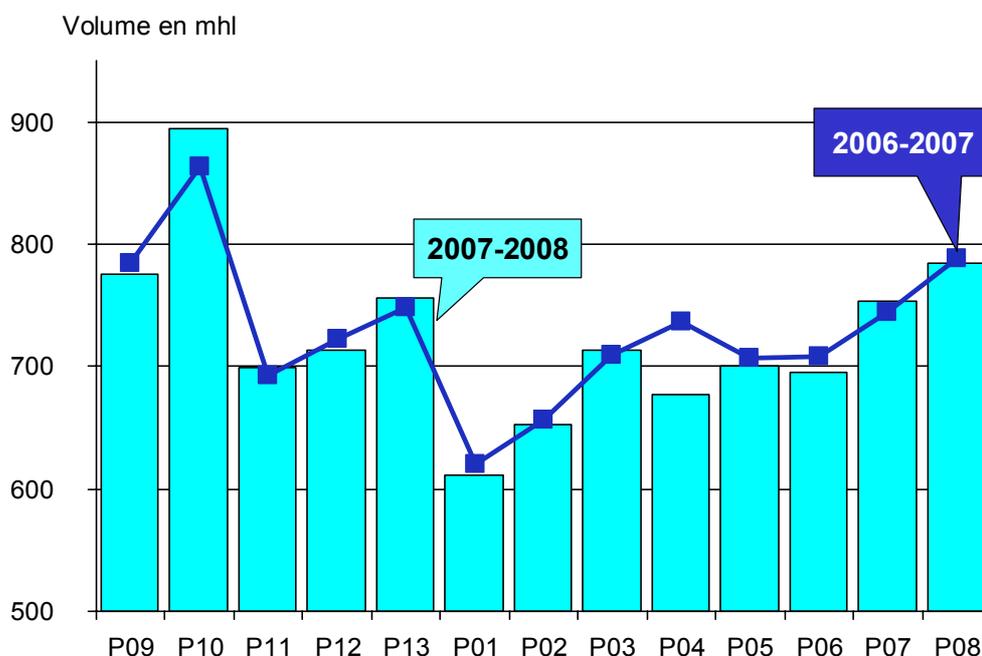


Source : IRI France - Infoscan à P08/08

FICHE n°2 : Le marché des vins tranquilles par circuit

Sur l'ensemble de la campagne 2007-2008, les ventes de vins tranquilles en grande distribution représentent un volume de 9,426 millions d'hectolitres, chiffre en recul de 0,6 % par rapport à la campagne précédente.

Graphique 1: Évolution des ventes de vins tranquilles en cours de campagne



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Les ventes diminuent essentiellement pendant la période P04 (-8,2 %), et dans une moindre mesure en P06 et P01 (respectivement - 1,9 % et - 1,5 %).

En revanche, leur progression se confirme sur la période P10 qui affiche une hausse de 3,6% par rapport à 2006-2007 (après une hausse significative de 5,1% observée lors du précédent bilan de campagne).

Les ventes moyennes hebdomadaires par magasin (VMH) reculent de -0,9%, les hypermarchés et les supermarchés affichant chacun une baisse de - 0,6 %

Toutefois, ces deux circuits conservent leurs parts de marché sur l'ensemble des ventes de vins tranquilles, soit 54,6 % pour les Hypers et 45,4 % pour les Supers.

Enfin, le chiffre d'affaire global du rayon vin, estimé à 3,278 milliards d'euros pour la campagne 2007/2008, traduit une croissance de + 3,2 % par rapport à la campagne précédente.

On trouvera dans les tableaux annexés (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 15, 20, 21, 22, 24) les informations (ventilées par couleur et/ou par catégorie réglementaire) différenciées selon les circuits de distribution.

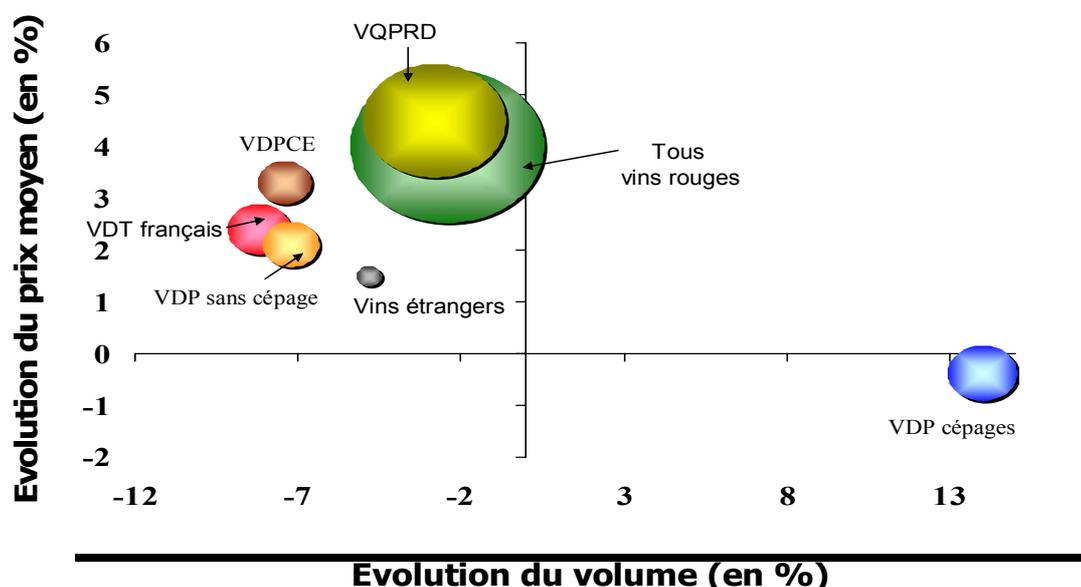
FICHE n°3 : Le marché des vins tranquilles par couleur

Les vins rouges

Avec un volume de 5,731 mhl, les ventes de vins rouges en grande distribution reculent de 143 mhl par rapport à la campagne 2006/2007, soit une baisse de la demande de -2,4%, que l'on retrouve essentiellement en VDT (- 95 mhl, soit - 7,9 %) et en VQPRD rouges (- 92 mhl, soit - 2,8 %).

L'ensemble des VDP continue à progresser, (49 mhl supplémentaires, soit + 3,9 %), avec un contraste toujours net entre les vins de pays de cépages rouges en hausse (+ 91 mhl , soit + 14 %), et le recul de ceux sans mention de cépage (- 43 mhl soit -7,2 %).

Graphique 2: Evolution des ventes de vins rouges



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Les prix moyens de vente des vins rouges sont tous orientés à la hausse, et plus particulièrement ceux des VQPRD qui atteignent 4,88 €/litre, soit + 4,5%, suivis des VDP qui affichent une progression de +2,7 %.

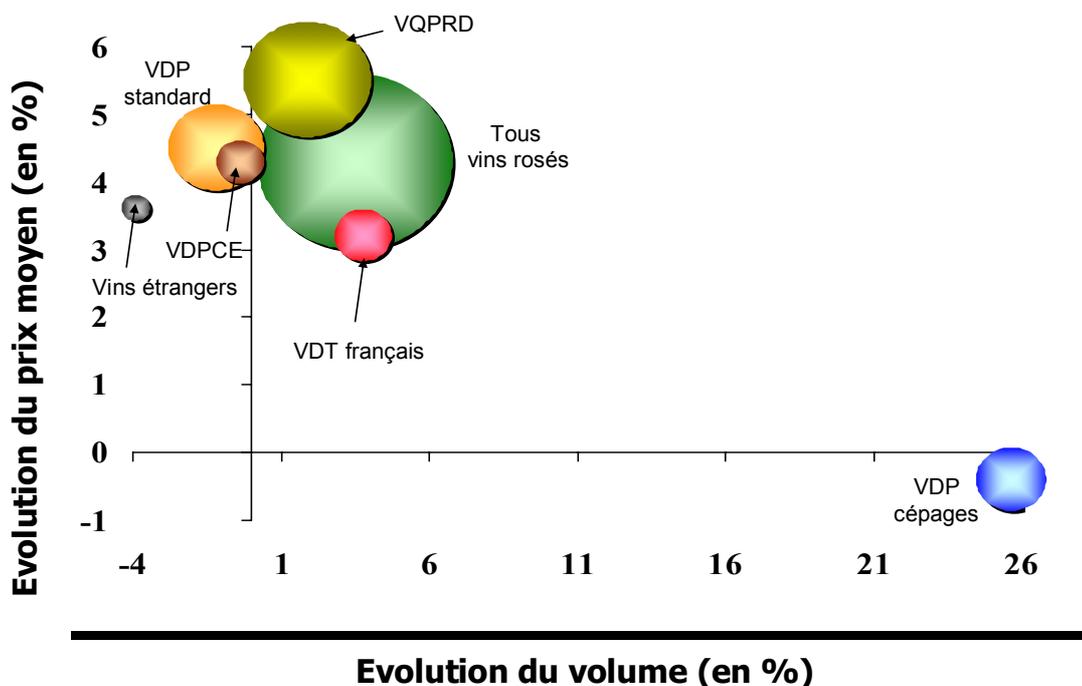
En termes de chiffres d'affaires, l'ensemble du linéaire rouge représente 2,023 milliards d'euros, soit une progression de 1,5 % par rapport à la campagne 2006/2007. Ce sont les VDP qui tirent le CA à la hausse (+6,7 %), les VDT et les vins étrangers accusant des baisses, respectivement de l'ordre de -5,5 % et -3,4%.

Les vins rosés

En 2007/2008, les ventes de vins rosés progressent, atteignant un volume total de 2,092 millions d'hectolitres, qui traduit une hausse de +3,5 % (soit + 71 mhl) par rapport à la campagne précédente.

Ce sont les VDP les plus concernés par cette hausse (+6,8%), suivis des VQPRD et des VDT (+1,9 %). Les vins étrangers, en revanche, diminuent de -3,9% en volume.

Graphique 3: Evolution des ventes de vins rosés



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Le prix moyen de vente des vins rosés augmente de 4,3 % en 2007/2008, atteignant 2,86 €/litre, contre 2,74 €/litre lors de la campagne précédente. La plus forte progression concerne les VQPRD (+5,5 %), suivis des VDT (+4 %).

Le chiffre d'affaires des vins rosés pour cette campagne s'élève à 597,7 millions d'euros, ce qui reflète une hausse de 8 % par rapport à la période 2006/2007. Les VDP réalisent 16,7 millions d'euros de plus (+10,5 %), suivis des VQPRD (+7,5 %) et des VDT (+6 %). Les vins étrangers sont en recul de -0,4 %.

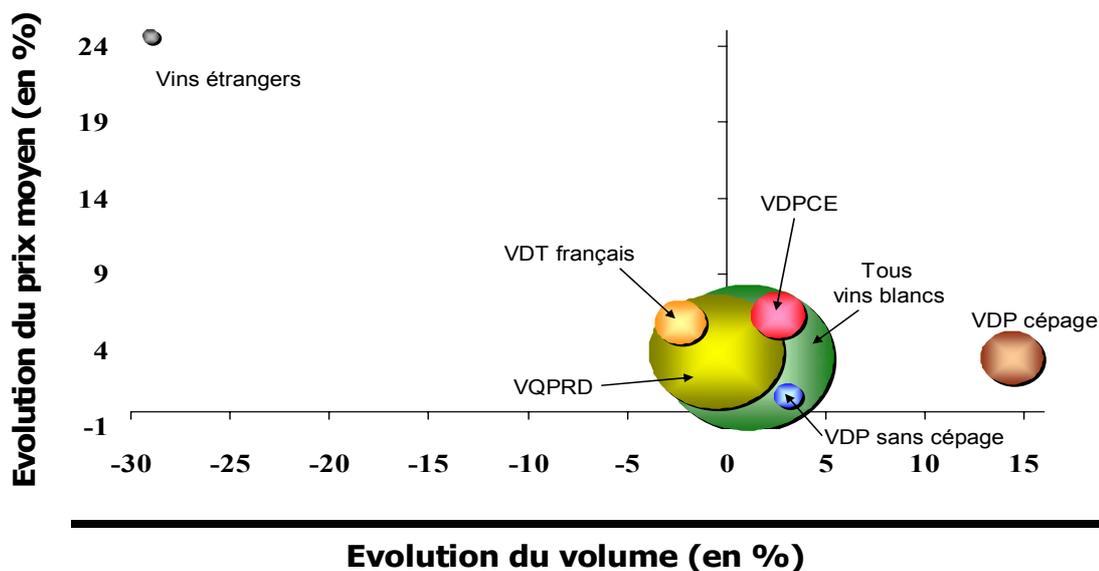
Les vins blancs

Avec un volume total de 1,603 millions d'hectolitres, les ventes de vins blancs tranquilles augmentent de +1,1 par rapport à la campagne 2006/2007. Les VDP continuent à se développer (+12,2 %), tandis que les VDT et les VQPRD restent stables (+ 0,2 % et - 0,5%).

Les prix moyens de vente des vins blancs sont en hausse de 3,5 % (+0,14 €/litre), avec une progression importante des vins étrangers (+1€/litre soit +24,6%) dont les ventes sont en net recul (-29%).

Le chiffre d'affaires du linéaire blanc progresse de 4,6 % atteignant 656,5 millions d'euros, toujours tiré par les VDP qui enregistrent 10,3 millions d'euros supplémentaires représentant une hausse de +15,3 %.

Graphique 4 : Evolution des ventes de vins blancs



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Parts de marché entre couleur

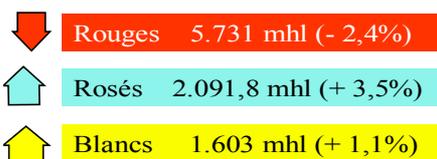
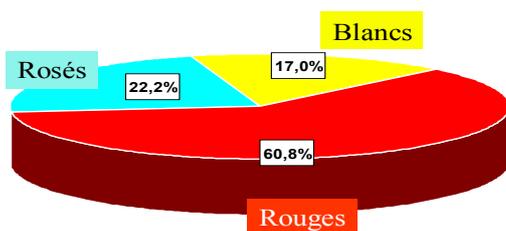
En terme de répartition entre couleur, les vins rouges ont représenté 60,8 % des volumes commercialisés en grande distribution, les rosés 22,2 % et les blancs 17 %.

En terme de chiffre d'affaires, les vins rouges ont représenté 61,7 % de la valeur du linéaire vins tranquilles, les vins blancs 20 % et les rosés 18,2 %.

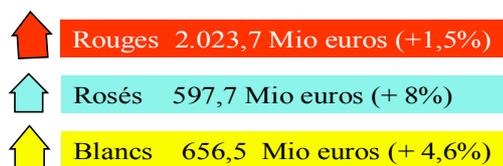
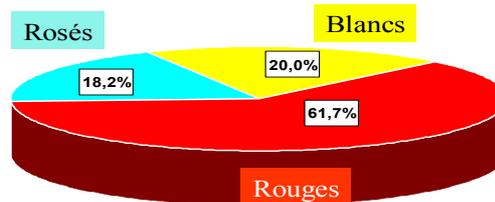


Le marché par couleur à P08-2008

Volume : 9.425,8 mhl (- 0,6%)



Valeur : 3.278 Mio euros (+3,2%)

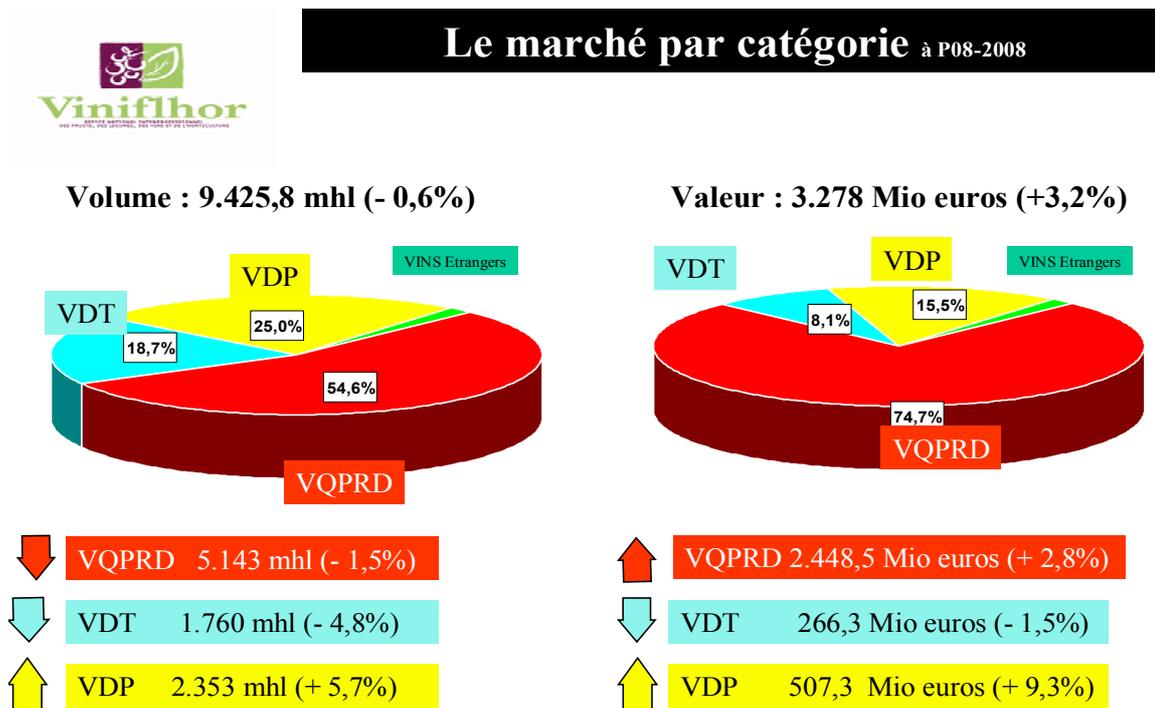


Source : IRI - CAM P08 / 2008

FICHE n°4 : Le marché des vins tranquilles par catégorie

Pendant la campagne 2007/2008, les ventes de VDT régressent en volume (- 4,8 % soit - 88 mhl) et en valeur (- 1,5 % soit - 3,9 millions €).

Les VQPRD accusent une baisse de -1,5% en volume, mais progressent en valeur (+2,8 %).



Source : IRI - CAM P08 / 2008

Seules les ventes de VDP augmentent tant en volume (+5,7% soit + 128 mhl) qu'en valeur (+9,3% soit +43mhl), tirées par les vins de pays de cépage qui affichent +16,5% en volume et +16,9 % en valeur, compensant ainsi le recul des ventes des autres vins de pays.

Les vins étrangers continuent, pour leur part, à régresser en volume (-7,6 %), et en valeur (-4 %), avec toutefois une augmentation de leur prix moyen (+ 3,9 % soit + 0,12 €/litre)

En terme d'exposition, les VQPRD ont occupé en moyenne, au cours de ces douze derniers mois, 71,4 % de l'espace consacré aux vins tranquilles dans les linéaires contre 9,6 % aux vins de table et 15,8 % aux vins de pays.

On notera que la place réservée aux VDP a progressé de 0,2 % avec une situation opposée pour les deux catégories de VDP : la part de marché du linéaire des VDP de cépages a progressé de 0,7 % alors que celle des VDP standards a régressé de 0,6 point.

Enfin, les vins étrangers occupent 3,2 % du linéaire, soit une régression de 0,1% par rapport à la campagne précédente.

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).

Les résultats détaillés par catégorie de vins tranquilles et par circuit sont repris en annexe 6.

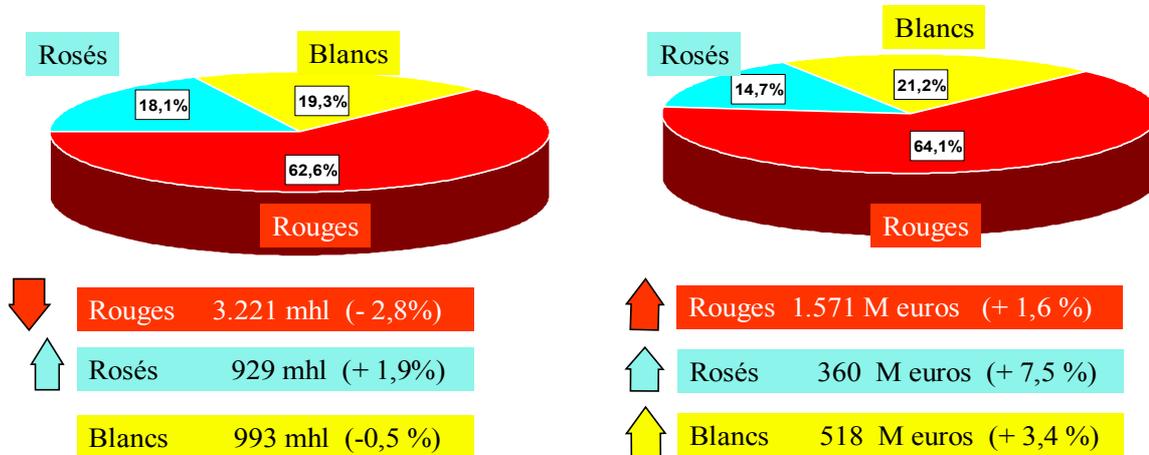
FICHE n°5 : Le marché des VQPRD

Lors de la dernière campagne, les VQPRD ont enregistré une baisse de leurs ventes de 80 mhl (- 1,5 % vs 2006-2007). Cette baisse a touché les rouges (- 92 mhl ; - 2,8 %) et les blancs (- 0,5 % ; - 5 mhl). A l'inverse, les vins rosés enregistrent une hausse de 1,9 % (+ 17 mhl)

Le marché des VQPRD par couleur

Volume : 5.143 mhl (- 1,5%)

Valeur : 2.448,5 M euros (+ 2,8 %)



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Atteignant 4,76€/litre, le prix moyen de vente des VQPRD progresse de + 4,4 %, (soit + 4,5% pour les rouges, +3,9 % pour les blancs et +5,5 % pour les rosés).

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du rayon VQPRD progresse également, à 2,448 milliards d'euros (+ 2,8%), avec une bonne performance du linéaire rosé à + 7,5 % (soit 25 mhl supplémentaires).

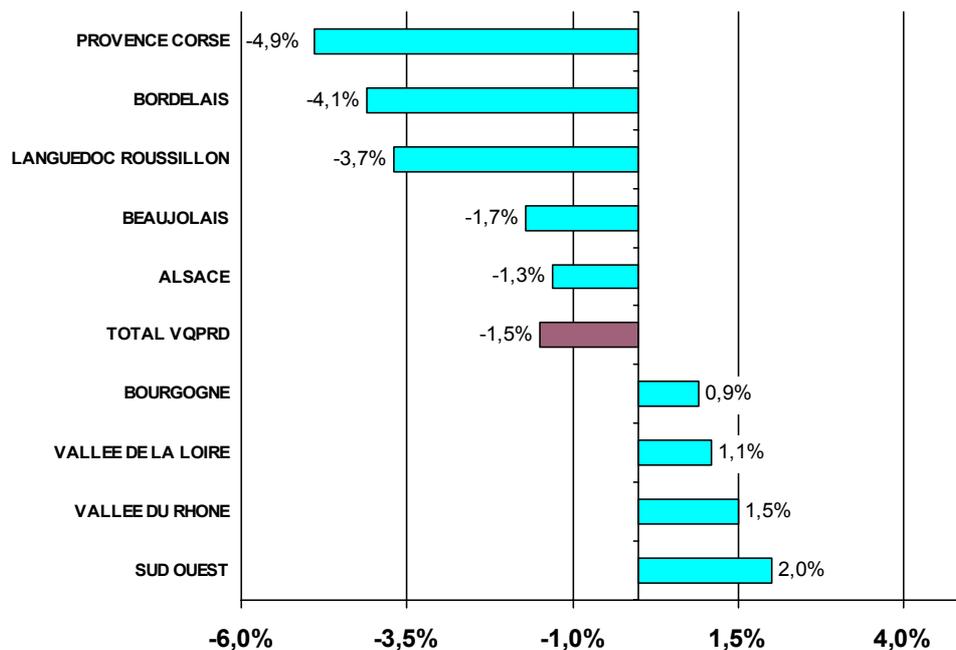
Les vins rouges ont représenté 62,6 % des volumes commercialisés contre 18,1 % pour les rosés et 19,3 % pour les VQPRD blancs. En terme de chiffre d'affaires, les rouges ont représenté 64,1 % de la valeur générée par le linéaire VQPRD, les blancs 21,2 % et les rosés 14,7 %.

Le bilan des ventes de VQPRD par couleur et par circuit est reporté en annexe 7. On trouvera également en annexe le bilan des commercialisations des VQPRD par bassin de production toutes couleurs confondues (annexe 8) ainsi que les bilans VQPRD par bassin de production et par couleur : VQPRD rouges (annexe 9) ; VQPRD rosés (annexe 10) et VQPRD blancs (annexe 11). De plus, pour chaque bassin de provenance nous avons reporté en annexe le bilan des ventes des principales appellations (ou groupes d'appellations) : annexe 12 pour le Bordelais, la Vallée du Rhône et la Vallée de la Loire ; annexe 13 pour le Sud-Ouest, le Languedoc-Roussillon et l'ensemble Provence-Corse et annexe 14 pour l'Alsace, le Beaujolais et la Bourgogne.

Les ventes de VQPRD par bassin de production

Toutes couleurs confondues, on enregistre une baisse des volumes VQPRD commercialisés dans les bassins de productions suivants : Provence/Corse (-4,9%), Bordelais (-4,1%), Languedoc Roussillon (-3,7%), Beaujolais (-1,7%) et Alsace (-1,3%).

Évolution des ventes en volume de VQPRD par région



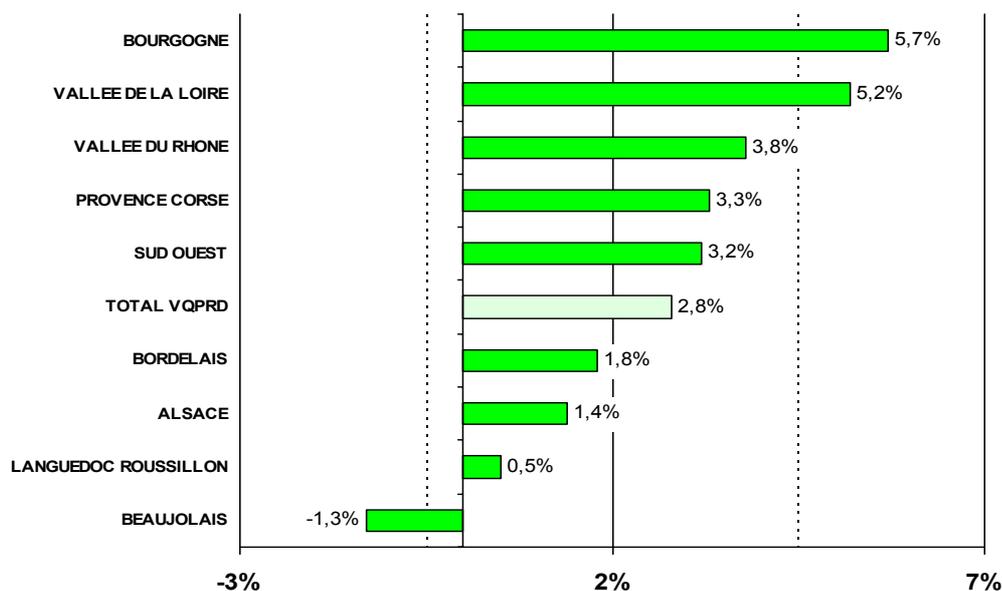
Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Hormis le Beaujolais qui accuse une perte d'1 million d'euros, soit - 1,3% par rapport à la campagne précédente, tous les bassins de production progressent en valeur (+2,8 % pour l'ensemble VQPRD).

Le prix moyen de vente augmente de +4,4%, à 4,76 €/litre pour l'ensemble VQPRD, les évolutions majeures concernant la Provence Corse (+8,7%), le Bordelais (+6,2%), la Bourgogne (+4,7%), le Languedoc Roussillon (+4,4%) et la Vallée de la Loire (+4,1%).

En terme d'exposition, les AOC du Bordelais ont occupé, au cours de la campagne 2007/2008, 32,6 % de l'espace consacré aux VQPRD dans les linéaires. La place allouée dans les rayons aux autres bassins se répartit comme suit : 13,4 % pour les appellations de la Vallée du Rhône, 12,3 % pour celles de la Vallée de la Loire, 10,2 % pour celles originaires du Sud Ouest, 7,8 % pour celles du Languedoc Roussillon, 7,3 % pour les AOC de Bourgogne, 7 % pour les AOC de Provence Corse, 4,9 % pour les vins d'Alsace et enfin 3,2 % pour les AOC du Beaujolais.

Évolution du chiffre d'affaires VQPRD par région



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Les ventes de VQPRD rouges par bassin de production

Les VQPRD rouges du Bordelais ont enregistré, lors de cette campagne, une baisse de leurs ventes de -5 %. Avec 1,381 million d'hl, les AOC bordelaises ont représenté, sur la campagne 2007/2008, 42,9 % des volumes d'appellations rouges vendus en France en grande distribution.

Une analyse plus fine des évolutions de la commercialisation des AOC fait ressortir une nette tendance à la baisse des volumes. Ainsi, l'AOC Bordeaux recule de -6,5 % (53,2 % de PDM), l'AOC Bordeaux supérieur de -8,5 %, les AOC du groupe des Côtes de -2,7 %, celles du Médoc et Graves de -0,9%, et enfin les AOC du Groupe Libournais de -3,3%.

Les prix de ventes moyens s'orientent à la hausse : + 8,4 % pour le groupe Médoc et Graves (11,39 €/litre), + 5,6 % pour l'AOC Bordeaux, +5,2% pour l'AOC Bordeaux Supérieur, + 4,5 % pour les AOC du groupe Libournais (9,58 €/litre).

Avec un chiffre d'affaires de 807,7 millions d'euros, les AOC du Bordelais ont représenté 51,4 % des ventes en valeur de l'ensemble des VQPRD rouges (soit une hausse de 1,5 % du chiffre d'affaires). L'AOC Bordeaux a représenté, à elle seule 53,2 % des volumes et 35,5 % de la valeur des ventes de VQPRD rouges du Bordelais.

750 mhl d'AOC de la Vallée du Rhône ont été vendus pendant la campagne 2007/2008, totalisant un chiffre d'affaires de 276,5 millions d'euros. Les AOC de la Vallée du Rhône ont représenté 23,3 % des ventes en volume et 17,6 % des ventes en valeur de l'ensemble des VQPRD rouges. Au sein des VQPRD rouges de la Vallée du Rhône, l'AOC Côtes du Rhône (qui représente 70,7 % des ventes de vins d'appellations rouges de ce bassin) recule de -0,4 % en volume, mais progresse de +2,6 % en valeur, avec un prix moyen €/litre qui atteint 3,02 € (soit + 3% vs 2006/2007).

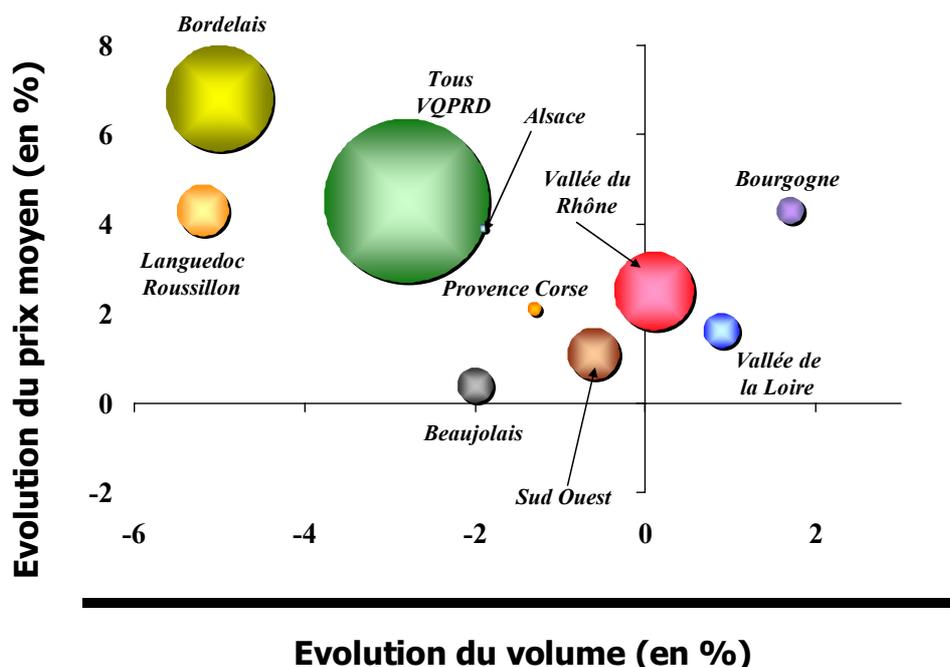
A noter également, une diminution des volumes commercialisés en grande distribution pour les Côtes du Luberon (- 0,4 %), les coteaux du Tricastin (- 12 %) et les Costières de Nîmes (-4,2%), tandis que les ventes de Côtes Rhône Villages et Côtes du Ventoux continuent à progresser (respectivement + 3,3 % et +9,8 %).

Avec 320 mhl vendus pour un chiffre d'affaires de 104,4 millions d'euros, les AOC du Languedoc-Roussillon ont représenté 9,9 % des ventes en volume et 6,6 % des ventes en valeur de l'ensemble des VQPRD rouges. Les AOC Corbières représentent à elles seules 48% des ventes de VQPRD rouges du Languedoc-Roussillon.

Les ventes de vins d'appellations rouges du Languedoc-Roussillon baissent en volume (- 5,2 %) pendant la campagne 2007/2008 (essentiellement AOC Corbières, Saint Chinian, Faugères, Minervois et Côtes du Roussillon), mais à l'exception des AOC Fitou et Côteaux du Languedoc, tous les prix moyens de vente s'orientent à la hausse.

Les ventes de VQPRD rouges du Sud-Ouest enregistrent, sur les douze derniers mois, une baisse des volumes de 0,6 % en volume qui a concerné la quasi-totalité des appellations rouges de cette région, exception faite des AOC Côtes du Frontonnas (+0,6%) et Madiran (+2,4%).

Les ventes de V.Q.P.R.D. rouges par bassin de production



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Leurs prix moyens de ventes ont progressé de +1,1% en moyenne, atteignant 3,69 €/litre.

Avec 330 mhl vendus pour un chiffre d'affaires de 121,6 millions d'euros, les AOC du Sud Ouest ont représenté 10,2 % des ventes en volume et 7,7 % des ventes en valeur de l'ensemble des VQPRD rouges.

Sur la campagne 2007-2008, les AOC du Beaujolais rouges diminuent en volume (-2,%) et en valeur (-1,5%). Les commercialisations en primeurs, qui représentent 45,5 % des volumes de Beaujolais écoulés en grande distribution, ont régressé de -8 % (- 7,4 % sur le Beaujolais nouveau et - 10 % sur le Beaujolais Villages nouveau), mais les prix moyens de vente ont augmenté de + 2% (+2,6% pour le Beaujolais nouveau et + 0,5 % pour le Beaujolais Villages nouveau).

Hors primeurs, les ventes d'AOC Beaujolais Villages reculent de -2,4% (-12 mhl), tandis que les AOC Beaujolais progressent de 4%.

Enfin, les crus, qui représentent près d'un tiers des volumes de Beaujolais écoulés en grande distribution, progressent en valeur (+3,2%) malgré un recul du prix moyen de vente (-2,1 %).

Avec 149 mhl vendus pour un chiffre d'affaires de 77 millions d'euros, les AOC du Beaujolais ont représenté 4,6 % des ventes en volume et 4,9 % des ventes en valeur de l'ensemble des VQPRD rouges.

Avec 151 mhl (+ 0,9 %) vendus en grande distribution pour un chiffre d'affaires de 75,4 millions d'euros (+ 2,4 %), les AOC rouges de la Vallée de la Loire ont représenté 4,7 % des ventes en volume, et 4,8 % des ventes en valeur, des VQPRD rouges en grande distribution. La demande évoluait différemment selon les appellations : - 5,4 % en volume pour l'AOC Saumur, -3,6% pour l'AOC Saumur, -3 % pour l'AOC Saint Nicolas de Bourgueil, +6,7 % pour l'AOC Saumur Champigny, +10,4% pour l'AOC Chinon. Les prix de ventes moyens évoluaient aussi très variablement, allant de -3,8% pour l'AOC Chinon à +3,1% pour le St Nicolas de Bourgueil.

Enfin, en Bourgogne, les indicateurs sont tous à la hausse. +1,7 % de ventes supplémentaires, une chiffre d'affaires en hausse de +6,1%, et un prix moyen qui progresse également (+4,3 % à 8,46 €/litre).

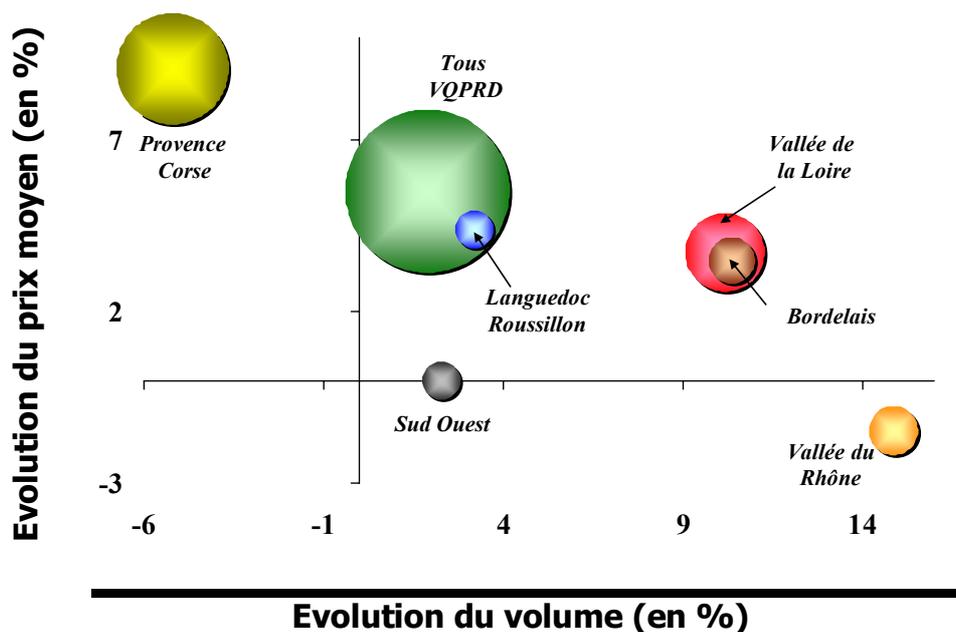
Avec 98 mhl commercialisés sur cette campagne, pour un chiffre d'affaires de 82,5 millions d'euros, la Bourgogne a représenté 3 % du marché des VQPRD rouges en volume et 5,3 % de ce marché en valeur.

Les ventes de VQPRD rosés par bassin de production

Les VQPRD rosés commercialisés en grande distribution sur la campagne 2007-2008 ont enregistré une croissance de 1,9 % en volume (soit 929 mhl) et 7,5 % en valeur (soit 360 millions €).

La Provence Corse régresse en volume (-5,2%), mais reste le plus important bassin de production, avec 440 mhl soit 47,4 % de PDM, pour un chiffre d'affaires de 179 millions d'euros (+3,4%). Vient ensuite la Vallée de la Loire avec 221 mhl commercialisés, (+10,2 % en volume) et 23,8 % de PDM, pour un CA de 75,7 millions d'euros (+ 14,3 %).

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



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Les VQPRD rosés de la Vallée du Rhône progressent en volume (+ 14,9 % soit 87 mhl) et en valeur (+ 13,2 % soit 34,7 millions d'euros), tout comme ceux du Bordelais qui avec un volume de 74 mhl (+ 10,4 %) pour un CA de 30,6 millions d'euros (+14,2%) .

Les ventes de VQPRD blancs par bassin de production

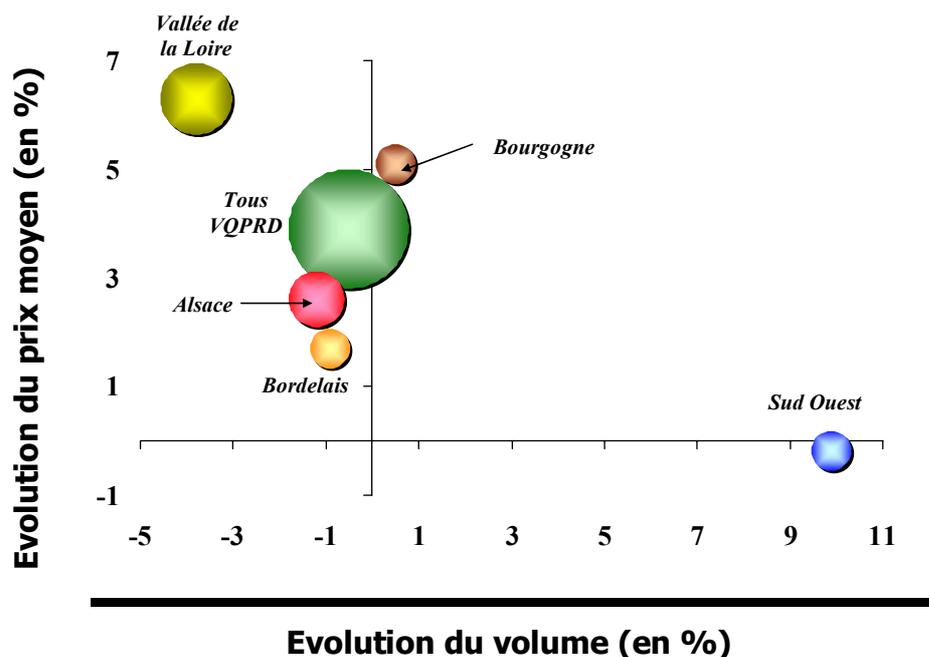
Les VQPRD blancs commercialisés en grande distribution sur la campagne 2007-2008 représentent 993 mhl (-0,5 % vs 2006/2007) pour une valeur en hausse de 3,4 % (517,7 millions d'euros), avec un prix moyen en €/litre en augmentation de +3,9%.

Les situations sont différentes selon les bassins de production. En effet, on observe une diminution des volumes commercialisés en vallée de la Loire (-3,8 % soit 354 mhl) et en Alsace (-1,2 % soit 222 mhl), mais une augmentation en valeur (+2,2 % et +1,4 %) résultant sans doute de l'augmentation de leurs prix moyens en €/litre (+6,3 % et +2,6 %).

La Bourgogne et le Sud-Ouest progressent à la fois en volume (respectivement +0,5 % et + 9,9 %) et en valeur (5,6 % et 9,7 %), tandis que les ventes du bassin bordelais régressent de -0,9 %, pour un CA qui gagne 0,8 % à 67,7 millions d'euros.

Les principales appellations blanches de la Vallée de la Loire régressent en volume pendant la campagne 2007/2008 : AOC Muscadet Sèvre et Maine - 22,8 % , AOC Muscadet -0,3 %, et AOC Touraine - 1,8 %. Les ventes d'AOC Muscadet Sèvre et Maine sur lie sont stables, et celles des VQDS Gros plant augmentent de 4,6%. Pour toutes ces appellations, les prix moyens de vente progressent (de 1 à 16,7%).

Les ventes de V.Q.P.R.D. blancs par bassin de production



Source : IRI France - Infoscane à P08/08

Au sein de l'AOC Alsace la situation varie : l'Edelzwicker et le Gewurztraminer sont en hausse (respectivement + 1,9 % et + 4,6 %), alors que le Pinot gris, le Riesling et le Sylvaner sont à la baisse (respectivement - 8,6 %, - 1,5 % et - 5,7 %). Cependant, tous les prix moyens de vente progressent.

Dans le bassin Bordelais, la demande sur les blancs secs augmente de + 4,7 %, et atteint 70 mhl, incluant l'AOC Bordeaux (+ 5,5 % en volume, 41,1 % de PDM et une valeur en hausse de 7,9 %) et l'AOC Entre-Deux-Mers (+2,9 % en volume, 14,4% de PDM et + 9,9 % en valeur). Les ventes diminuent en blancs moelleux (-16,6 %) et blancs doux (-3,5 %), mais leur prix moyen et leur chiffre d'affaires progressent.

L'AOC Bourgogne Aligoté (34,4 % de PDM parmi les AOC de Bourgogne blancs) et l'AOC Chablis (13,7 % PDM) régressent en volume, mais progressent en valeur (+3,8% et +1,8%).

Enfin, les appellations blanches du Sud-Ouest (113 mhl pour 57,7 millions d'euros) enregistrent des hausses en volume (+9,9%) et en valeur (+9,7%), avec une légère baisse du prix moyen de vente. De belles performances sont à signaler en AOC Jurançon (+ 33,7 % en volume et + 37,2 % en valeur avec un prix moyen de vente en hausse de +2,6%).

FICHE n°6 : Le marché des VDP

Avec plus de 2,3 millions d'hectolitres commercialisés en grande distribution pendant la campagne 2007/2008, les ventes de vins de pays enregistrent une croissance de +5,7% avec un chiffre d'affaires de 507,3 millions d'euros (+9,3 %) et un prix moyen estimé à 2,16 €/litre, soit +3,3 % par rapport à 2006/2007.

Les trois couleurs progressent, en volume, en valeur et en prix moyen. Les rouges, avec 1293 mhl et un CA de 254 millions d'euros occupent 54,9 % de PDM ; les rosés totalisent 791 mhl pour 175 millions d'euros (33,6% de PDM) ; les blancs progressent de +12,2% en volume (soit 269 mhl) et +17,4 % en valeur (77,5 millions d'euros).

On trouvera en annexe 15 un bilan des ventes de vins de pays par couleur ventilées par circuit de distribution.

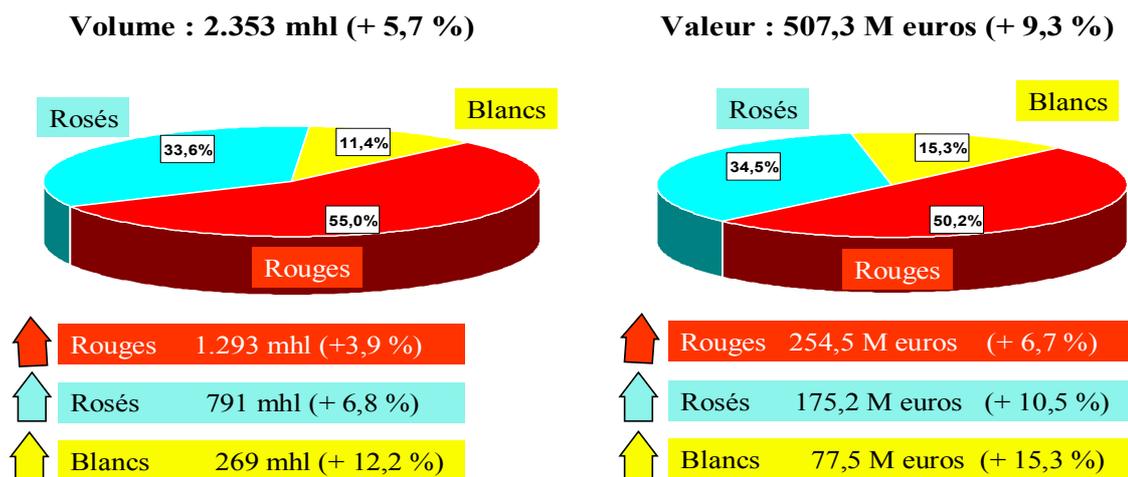
En terme de catégories réglementaires, les ventes de vins de pays régionaux progressent, avec un volume de 1207 mhl (+15,9%) pour une valeur de 289,9 millions d'euros (+16,1 %).

En revanche, les ventes des vins de pays de département régressent tant en volume (-4 % soit 807mhl) qu'en valeur (-0,1% soit 120,5 millions d'euros).

Quant aux vins de pays de zone, leur commercialisation recule (340 mhl soit -1,4 %) alors que leur chiffre d'affaires progresse de +3% (à 96,8 millions d'euros), tout comme leur prix moyen au litre (+4,5 %).

On trouvera en annexe 16 un bilan des ventes de vins de pays régionaux, départementaux et de zone ventilées par couleur.

Le marché des vins de pays par couleur



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Sur ce marché, les vins de pays de cépage enregistrent une croissance de 16,5 % en volume et de 16,9 % en valeur. Avec 1243 mhl commercialisés pour un chiffre d'affaires de 300,7 millions d'euros, les vins de pays avec mention de cépage ont représenté 52,8 % des volumes de vins de pays vendus en grande distribution pour 59,3 % de la valeur correspondante.

Les autres vins de pays (commercialisés sans mention de cépage) enregistrent, pour leur part, un recul de leurs ventes de -4,1 % en volume et une baisse de leur chiffre d'affaires de -0,3 %.

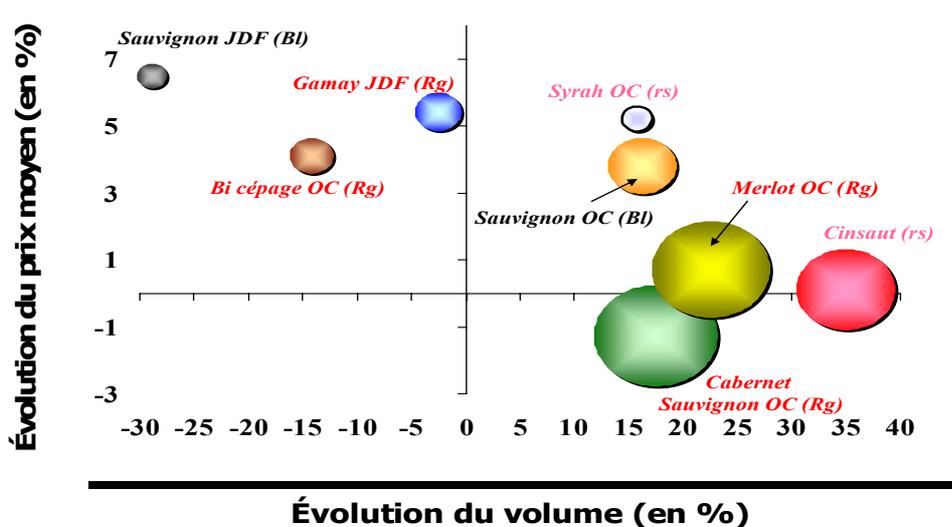
On trouvera en annexe 17 un bilan de ces commercialisations ventilées par couleur. De plus, nous avons reporté, en annexe 18, un bilan des ventes de vins de pays de cépage ventilées par cépage et par dénomination, ainsi qu'un bilan des ventes des autres vins de pays (annexe 19) ventilées par dénomination.

Les ventes de vins de pays de cépage

Pendant la campagne 2007/2008, les ventes des vins de pays de cépage rouges (59,8 % des volumes de vins de pays de cépage) enregistrent une progression (+91 mhl soit + 14 %). En 12 mois, les vins de pays cabernet sauvignon (vendus à 98 % sous la dénomination vins de pays d'Oc) affichent une progression de leurs commercialisations de 17,6 % en volume. Les vins de pays de cépage gamay régressent (- 0,5 %), la demande en vins de pays merlot (vendus à plus de 96 % en vins de pays d'Oc) augmente de + 21,5%, et les ventes de vins de pays bi-cépages régressent (-17,6%).

Tous cépages confondus, on enregistre une croissance du chiffre d'affaires de VDP de cépages rouges de 13,6 % à 172,7 millions d'euros en 2007-2008, soit une augmentation de 20,6 millions d'euros par rapport à la campagne précédente.

Les vins de pays commercialisés avec une indication de cépage



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Les ventes de vins de pays de cépage rosés (22,2 % des volumes de vins de pays de cépage) affichent une progression de 25,7 % en volume et 25,2 % en valeur.

Les vins de pays grenache rosés enregistrent une hausse de leurs ventes tant en volume (3,1 %) qu'en valeur (+ 9 %). La demande sur les vins de pays syrah rosés progresse de 19,9 % en volume et de 26,2 % en valeur. Les Cinsaut affichent une croissance soutenue tant en volume (+35,1%) qu'en valeur (+35,2%), avec une part de marché en recul (24,6 % contre 66% pendant la campagne précédente).

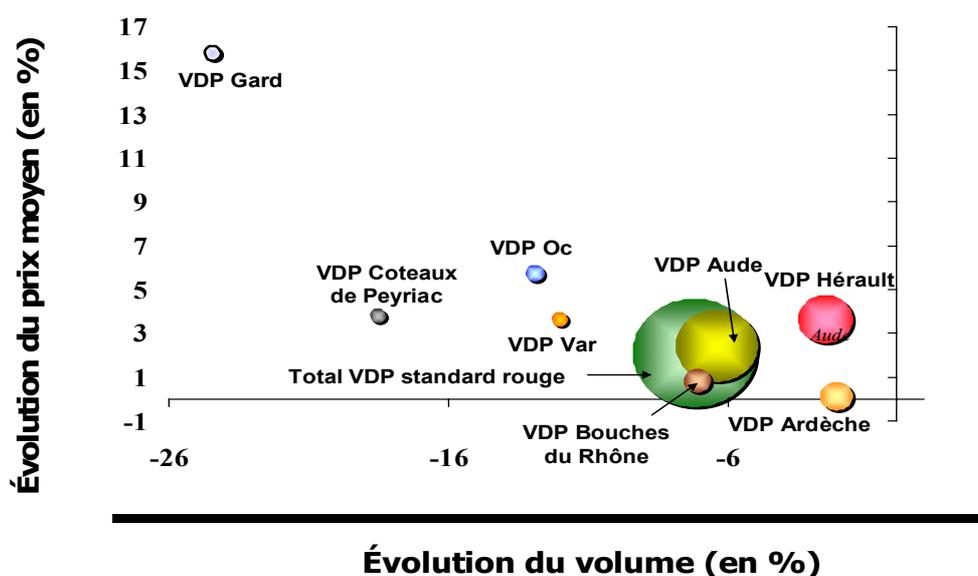
Enfin, les vins de pays de cépage blancs, qui représentent 17,8 % des volumes et près de 21 % du chiffre d'affaires des vins de pays de cépages, enregistrent une progression de leurs ventes (+ 14,4 % en volume et +18,5 % en valeur). La demande sur les Chardonnay (20 % de PDM des VDP Cépages blancs) progresse de +23,7% en volume et +22,7 % en valeur. Avec 49,5 % de PDM, les vins de pays sauvignon affichent également une hausse en volume (+11,4 %) et en valeur (+16,9%).

Les ventes de vins de pays sans indication de cépage

Les vins rouges ont représenté 49,4 % des volumes commercialisés en vins de pays sans mention de cépage, avec une demande en recul (- 7,2 % soit 549 mhl), que l'on retrouve sur toutes les dénominations parmi lesquelles VDP de l'Aude (-6,4 % soit 250 mhl), VDP de l'Hérault (-2,5 % soit 108 mhl), VDP de l'Ardèche (-2,1 % soit 40 mhl), VDP des Bouches du Rhône (-7,1 % soit 32 mhl), VDP du Gard (-24,4 % soit 12 mhl), VDP des Coteaux de Peyriac (-18,5 % soit 12 mhl).

Toutefois, le prix de vente moyen pour l'ensemble de ces VDP rouges progresse de +2,1%, atteignant 1,49 €/litre.

Les vins de pays rouges commercialisés sans indication de cépage

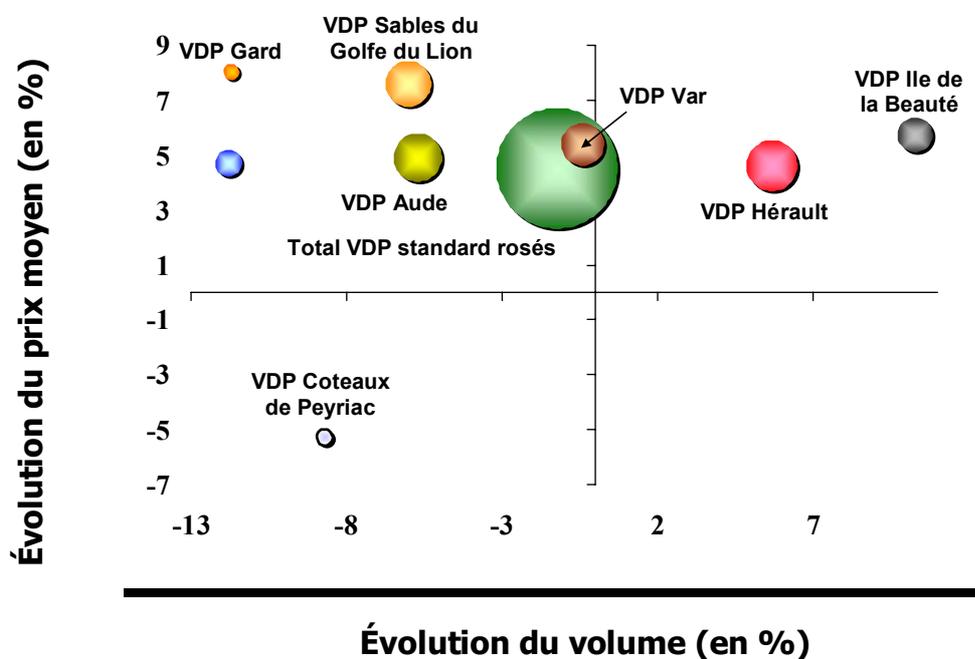


Avec 514 mhl de volumes commercialisés, les vins rosés, qui occupent 46,3% de PDM sur les vins de pays sans mention de cépage, enregistrent une baisse de -1,2 % par rapport à la campagne précédente. Cependant, avec un prix moyen de vente de 2,13 €/litre (soit +4,5 %) le chiffre d'affaires progresse également (+ 3,2 %), atteignant 109,4 millions d'euros.

Seuls les VDP de l'Hérault et de l'île de Beauté progressent aussi bien en volume (respectivement +5,7 % et + 10 ,3%) qu'en valeur (+10,5 % et +16,6 %).

En revanche, hormis les VDP des Côteaux de Peyriac (-5,3 % à 2,01 €/litre), les prix moyens de vente progressent pour tous les autres vins de pays rosés sans mention de cépage.

Les vins de pays rosés commercialisés sans indication de cépage



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Enfin, du côté des vins de pays blancs sans mention de cépage, qui ne représentent que 4,3 % des volumes toutes couleurs confondues, les indicateurs sont tous positifs.

Ainsi, les ventes progressent de +3,1 % (soit 48 mhl), le chiffre d'affaires atteint 15,3 millions d'euros (soit +4,1 %), et le prix moyen en euro/litre gagne 1%.

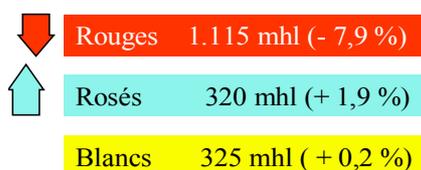
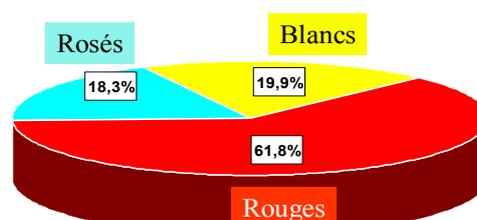
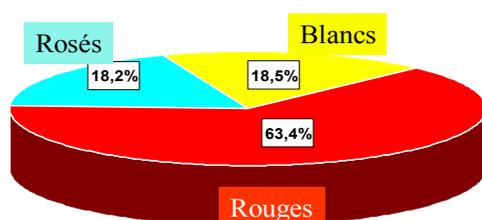
FICHE n°7 : Le marché des VDT

Pendant la campagne 2007/2008, les ventes de vins de table (hors vins de pays) enregistrent une baisse en volume (1760 mhl soit -4,8 %) et en valeur (266,3 millions d'euros soit -1,5 %), et ce en dépit d'une augmentation du prix moyen en €/litre de +3,5%.

Le marché des vins de table par couleur

Volume : 1.760 mhl (- 4,8 %)

Valeur : 266,3 M euros (- 1,5 %)



Source : IRI France - Infoscans à P08/08

On trouvera en annexe 20 un bilan de ces ventes par couleur et par circuit de distribution.

Ce sont principalement les VDT rouges qui sont concernés par cette baisse. En effet, leurs ventes reculent de -7,9 % (soit 1115 mhl pour 63,3 % de PDM) pour une valeur de 164,7 millions d'euros, soit -5,5% par rapport à la campagne précédente.

Cette tendance au recul se retrouve aussi bien sur les VDT français rouges (-8,2 % en volume et -6 % en valeur) que sur les VDPCE rouges (-7,4 % en volume soit 453mhl, et -4,4 % en valeur) dont, rappelons le, les volumes atteignaient 1,2 mhl pendant la campagne 1999/2000.

Avec 325 mhl commercialisés, les VDT blancs progressent de +0,2 % en volume et atteignent un chiffre d'affaires de 53 millions d'euros (+6 % par rapport à la campagne précédente). Sur cette couleur, les ventes progressent en VDPCE (+2,6 %) tandis qu'elles reculent en VDT français (-2,3 %), et les CA augmentent respectivement de +9,1% et + 3,4 %.

Quant aux VDT rosés, ils affichent une hausse en volume (+1,9 %) , en valeur (+6%) et en prix moyen (+4 %).

Tous vins de table confondus, les rouges ont représenté 63,3 % des ventes, loin devant les rosés et les blancs (environ 18 % chacun).

En terme de part de marché d'après l'origine des produits, les vins de table français ont représenté 57 % des ventes de vins de table toutes couleurs confondues, pour 67 % de la valeur correspondante, soit les mêmes proportions que pendant la campagne précédente.

En terme d'exposition des vins de table, l'espace consacré a diminué de 0,7 %. Lors des 12 derniers mois, le vin de table français occupait 69 % de l'espace consacré dans les linéaires aux vins de table (+ 1 % par rapport à la campagne 2006/2007), contre 31 % aux VDPCE.

On trouvera en annexe un bilan des ventes de vins de table français ventilées par couleur et par circuit de distribution (annexe 21) ; un bilan des ventes de VDPCE (annexe 22) ainsi qu'un bilan des ventes de vins de table français et de VDPCE ventilées par type de conditionnement (annexe 23).

Les ventes de vins de table français

Les prix moyens de vente des VDT français progressent de +3% pendant cette campagne (soit +2,4% en rouges, +3,2% en rosés, +5,8% en blancs).

Les ventes de vins de table français ont perdu 56mhl sur l'ensemble de la campagne. Cette baisse a touché les rouges (- 8,2%) et les blancs (-2,3%), tandis que les ventes de rosés augmentent de 3,8% (+ 7mhl).

En terme de conditionnement, la bouteille verre perdu (BVP) 75 cl régresse en volume (-9,1%) et en valeur (-5,9%) avec toutefois une évolution du prix moyen de vente à +3,4 % (2,06€/litre). La brique (29mhl) progresse de +3,6 % en volume et + 7,3% en valeur (1,7 millions d'euros).

Enfin, la croissance du Bag in Box se confirme avec +15,5 % en volume (175 mhl), +16% de chiffre d'affaires (10 millions d'euros), et un prix moyen de vente en légère hausse (+0,4%).

Les autres conditionnements régressent en volume et en valeur, mais affichent tous des prix moyens de vente en hausse de plus de 3,5%.

48 % des volumes de VDT français sont vendus en BVP 75 cl, 18 % en bouteille plastique et 17 % en BIB.

Les ventes de VDPCE

La demande en VDPCE enregistre, en 2007/2008, une baisse globale de -4,1% , ce qui donne par couleur -7,4% sur les rouges, -0,4% sur les rosés, et +2,6% sur les blancs

Le chiffre d'affaires global augmente de +0,6 % (88,1 millions d'euros) dans un contexte de hausse du prix de vente moyen (+4,9 % à 1,17 €/litre).

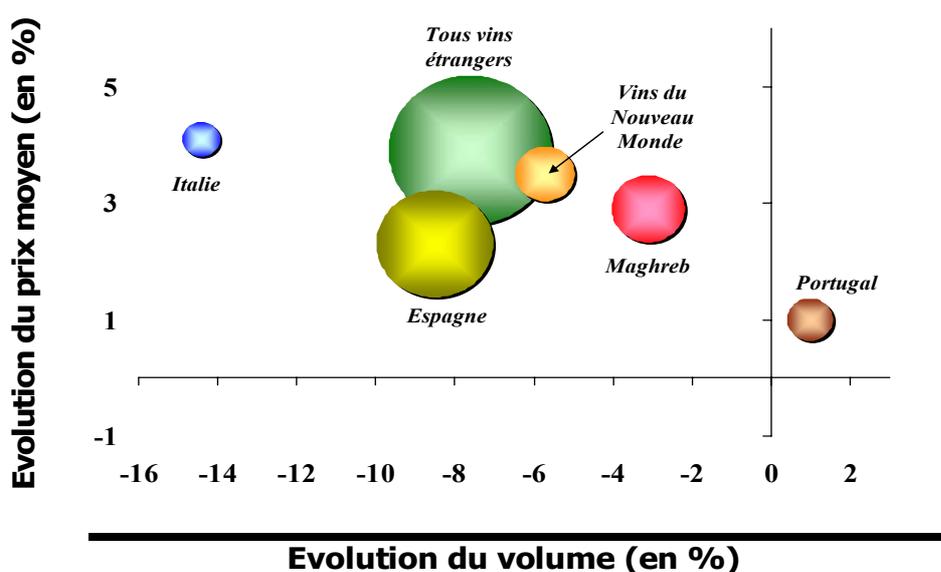
En matière de conditionnement, seuls les cubitainers et les bouteilles plastiques évoluent en valeur (+4,7% et +1,3%). En revanche, tous les prix moyens de vente sont tous orientés à la hausse.

FICHE n°8 : Le marché des vins étrangers

Avec 170 mhl vendus (soit – 14 mhl) pour un chiffre d'affaires de 55,9 millions d'euros (- 4 %), les vins étrangers ont représenté 1,8 % des ventes de l'ensemble des vins tranquilles en volume, et 1,7% en valeur. C'est le segment des vins étrangers blancs qui a connu la plus forte baisse en volume (-29 %, soit – 7mhl).

On trouvera en annexe 24 un bilan de ces ventes par couleur ventilées par circuit de distribution, et en annexe 25 une répartition par pays d'origine.

Les ventes de vins étrangers



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

Avec 85 mhl, les vins espagnols (vins de table et VQPRD) représentent 50 % des ventes en volume de vins étrangers en grande distribution, ce qui traduit un recul de - 8,5% par rapport à la campagne précédente.

La demande sur les vins originaires du Maghreb (35 mhl) baisse de -3,1% pour une part de marché, au sein du linéaire vins étrangers qui est de 20,6%.

Les vins portugais (14mhl) progressent de 1%, et les italiens, qui représentent 6% des ventes de ce segment de marché, régressent de -14,4%.

Enfin, les vins dits "du nouveau monde" (Californie, Argentine, Chili, Afrique du Sud et Océanie) qui constituent 13,5 % des vins étrangers en totalisant 23 mhl, affichent une baisse en volume (-5,7%) et en valeur (-2,5%), tandis que leur prix moyen de vente augmente de +3,5%.

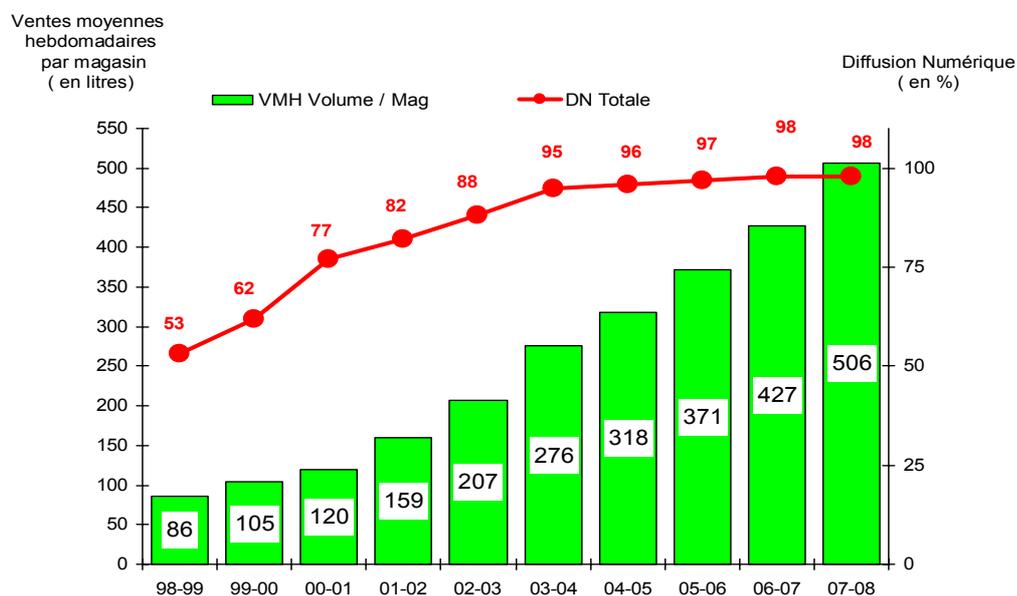
FICHE n°9 : Les ventes par types de conditionnement

Les ventes en bouteille verre perdu de 75 cl (64,5 % des volumes vendus en grande distribution) régressent de -3,8 %, celles en litre verre perdu de -13,1 %, et celles dans les autres conditionnements en verre perdu (25 cl ; 37,5 cl ; 150 cl ...) de -4,9%. Les ventes en litre verre consigné reculent de -14,1 %, celles en bouteille plastique de -5,3 %, celles en cubitainer de -4,1%.

Seuls les briques (+4,1%) et les BIB (+17,8% soit 1842 mhl) progressent en volume.

Partant de 175 mhl commercialisés lors de la campagne 1998/1999, le bag in box poursuit incontestablement son développement en 2007/2008, avec un chiffre d'affaires en hausse (+21,5%) et une augmentation du prix moyen de vente de +3,1%.

Evolution des ventes de vins en bag in box



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

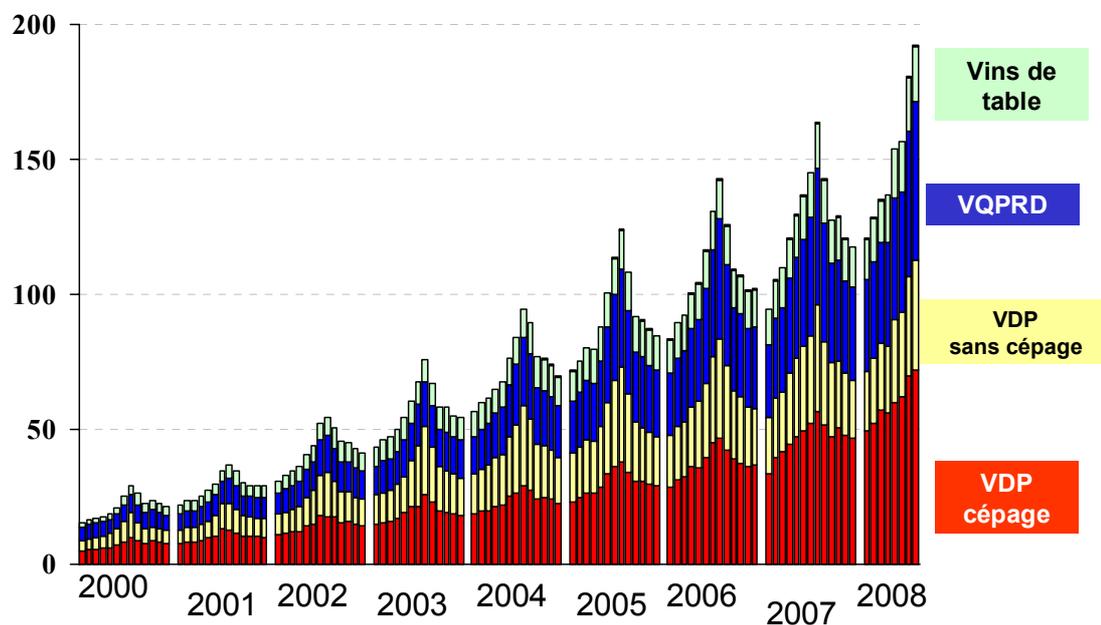
Cette performance est le résultat à la fois d'une plus grande diffusion de ces produits dans les rayons mais aussi d'une demande de plus en plus forte de la clientèle. En 9 ans, le pourcentage de magasins proposant des vins en bag in box dans les linéaires (mesuré par la Diffusion Numérique) est passé de 53 % à 98 %. La diffusion progresse peu depuis 4 ans mais les ventes moyennes, par point de vente poursuivent leur développement.

En terme de part de marché volume les principales ventes en bag in box se répartissent comme suit : 29 % en VQPRD (-0,3 %), 19,8 % en VDP standard (-2,6%), 39,2 % en vins de pays de cépage (+ 3,3 %) et 11,9 % en vins de table (- 0,3 %).

Les vins de pays ont ainsi représenté à eux seuls environ 59 % des ventes de bag in box.

Un dynamisme soutenu des ventes de vins tranquilles en bag in box

Ventes « mensuelles » en 1000 hl



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

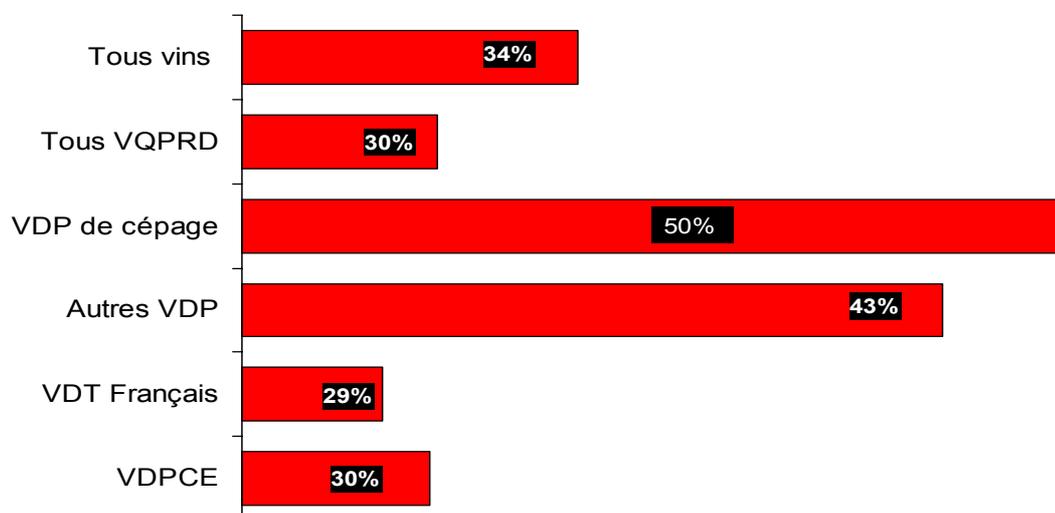
FICHE n°10 : Les ventes sous MDD

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.

Au cours des douze derniers mois, les ventes de vins tranquilles sous MDD se sont élevées à 3,168 millions d'hl pour 830,8 millions d'euros, ce qui traduit une reprise tant en volume (+ 6,8 %) qu'en valeur (+ 9,4 %) par rapport à la campagne 2006-2007.

Le poids relatif des MDD dans le total des ventes de vins tranquilles marque une légère progression durant la campagne 2007-2008, puisque l'on enregistre une tendance à la hausse de la part de marché volume (33,6 % soit + 2,3 %), de la part de marché valeur (25,3 % soit + 1,4 %), avec une part de linéaire alloué à ce type de produits qui augmente également de 0,5 % (23,3%).

Parts de marché volume des ventes sous MDD



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

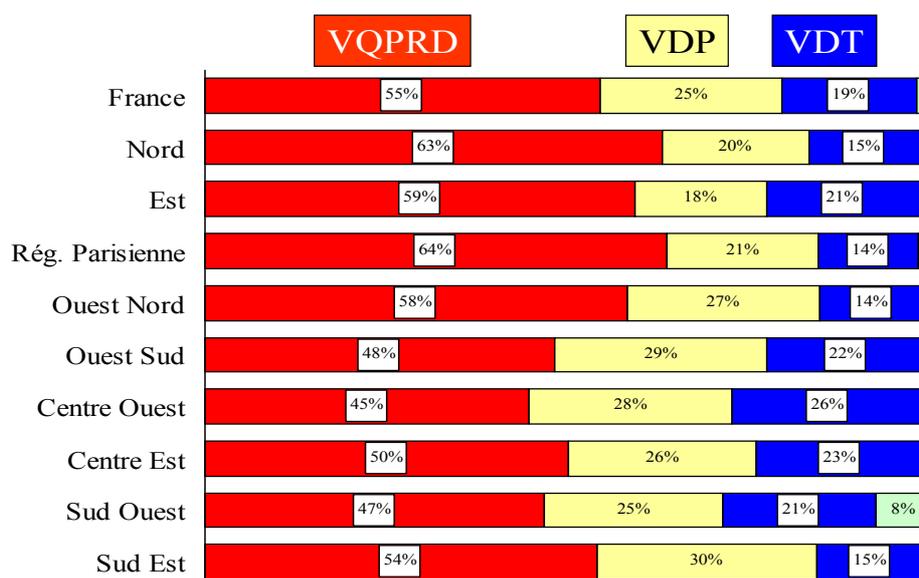
On trouvera en annexe 27 un bilan des ventes réalisées sous MDD pour les principales catégories de vins tranquilles.

Sur la campagne 2007/2008, on observe une évolution des ventes sous MDD à la fois en rouges (+4,3% en volume et +5,5% en valeur), en rosés (+13,9% en volume et + 18,8% en valeur) et en blancs (+6% en volume et +10,3% en valeur).

FICHE n° 11 : Régionalisation des ventes de vins tranquilles

Même si les VQPRD représentent la plus grande part de la demande (entre 45 % et 64 %) pour chacune des 9 régions de consommation suivies par ce panel, on note toutefois des particularités géographiques. Les VQPRD avoisinent ou dépassent 60 % des achats dans la partie septentrionale de l'hexagone (Nord, Est, Région Parisienne, Ouest Nord). Les vins de table représentent près de 25 % ou plus de la demande dans le centre Ouest. Les vins de pays, quant à eux, approchent les 25% de parts de marchés que dans 6 régions: Sud Est, Ouest Sud, Ouest Nord, Centre Ouest, Centre Est et Sud Ouest. Enfin, les vins étrangers ne dépassent le seuil de 5 % de parts de marchés que dans la région Sud Ouest.

Régionalisation des ventes de vins tranquilles en grande distribution (parts de marché volume)



Source : IRI France - Infoscan à P08/08

La grande distribution régionale représente, pour certains bassins de production VQPRD, une part prépondérante de la demande. C'est le cas de la région Est qui représente 30,8 % des ventes d'Alsace (par rapport au total commercialisé par la grande distribution sur le territoire national), de la région Centre Est qui représente 26,1 % de la demande sur les AOC bourguignonnes, de la région Ouest Nord avec 21,9 % des ventes d'appellations ligériennes, de la région Sud Est avec 24,3 % des VQPRD du Languedoc Roussillon, de la région Parisienne avec 20,5 % des AOC du Beaujolais et enfin de la région Sud Ouest qui écoule 27,7 % des volumes d'appellations commercialisés dans la même région.

On trouvera en annexe 28 un récapitulatif des ventes de vins tranquilles pour chacune des 9 régions définies dans ce panel.

Voir la note sur « Les disparités régionales au niveau des ventes de vins tranquilles en grande distribution : un problème d'offre ou de demande ? », publiée dans VINIFLHOR INFOS N°147 de septembre 2007.

Les annexes

Annexe 1 - Le bilan par circuit de distribution

	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
VOLUME						
HYPER	5 150	54,6%	5 181	54,6%	-30	-0,6%
SUPER	4 275	45,4%	4 299	45,4%	-24	-0,6%
TOTAL	9 426	100,0%	9 480	100,0%	-54	-0,6%

	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
VALEUR						
HYPER	1 898,8	57,9%	1 848,8	58,2%	50,0	2,7%
SUPER	1 379,2	42,1%	1 326,4	41,8%	52,8	4,0%
TOTAL	3 278,0	100,0%	3 175,2	100,0%	102,8	3,2%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
			euro/litre	%
HYPER	3,69	3,57	0,12	3,3%
SUPER	3,23	3,09	0,14	4,6%
TOTAL	3,48	3,35	0,13	3,8%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 2 - Le bilan par couleur de vins

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	3 123	60,6%	3 199	61,7%	-76	-2,4%
	ROSES	1 127	21,9%	1 093	21,1%	34	3,1%
	BLANCS	901	17,5%	889	17,2%	12	1,4%
	TOUS VINS	5 150	100,0%	5 181	100,0%	-30	-0,6%
SUPER	ROUGES	2 608	61,0%	2 675	62,2%	-67	-2,5%
	ROSES	965	22,6%	927	21,6%	38	4,1%
	BLANCS	702	16,4%	696	16,2%	6	0,9%
	TOUS VINS	4 275	100,0%	4 299	100,0%	-24	-0,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	5 731	60,8%	5 874	62,0%	-143	-2,4%
	ROSES	2 092	22,2%	2 020	21,3%	71	3,5%
	BLANCS	1 603	17,0%	1 585	16,7%	18	1,1%
	TOUS VINS	9 426	100,0%	9 480	100,0%	-54	-0,6%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
HYPER	ROUGES	1 187,4	62,5%	1 174,1	63,5%	13,3	1,1%
	ROSES	325,4	17,1%	303,0	16,4%	22,4	7,4%
	BLANCS	386,1	20,3%	371,7	20,1%	14,4	3,9%
	TOUS VINS	1 898,8	100,0%	1 848,8	100,0%	50,0	2,7%
SUPER	ROUGES	836,4	60,6%	820,3	61,8%	16,1	2,0%
	ROSES	272,3	19,7%	250,3	18,9%	22,0	8,8%
	BLANCS	270,5	19,6%	255,8	19,3%	14,7	5,8%
	TOUS VINS	1 379,2	100,0%	1 326,4	100,0%	52,8	4,0%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	2 023,8	61,7%	1 994,4	62,8%	29,4	1,5%
	ROSES	597,7	18,2%	553,3	17,4%	44,4	8,0%
	BLANCS	656,5	20,0%	627,5	19,8%	29,1	4,6%
	TOUS VINS	3 278,0	100,0%	3 175,2	100,0%	102,8	3,2%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	3,80	3,67	0,13	3,6%
	ROSES	2,89	2,77	0,12	4,2%
	BLANCS	4,28	4,18	0,10	2,5%
	TOUS VINS	3,69	3,57	0,12	3,3%
SUPER	ROUGES	3,21	3,07	0,14	4,6%
	ROSES	2,82	2,70	0,12	4,5%
	BLANCS	3,85	3,67	0,18	4,9%
	TOUS VINS	3,23	3,09	0,14	4,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	3,53	3,40	0,14	4,0%
	ROSES	2,86	2,74	0,12	4,3%
	BLANCS	4,09	3,96	0,14	3,5%
	TOUS VINS	3,48	3,35	0,13	3,8%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 3 - Le marché des vins rouges

		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	VQPRD	1 870	59,9%	1 942	60,7%	-73	-3,7%
	VDT (hors VDP)	528	16,9%	563	17,6%	-35	-6,3%
	VDP	665	21,3%	628	19,6%	37	5,9%
	VINS ETRANGERS	60	1,9%	65	2,0%	-5	-8,4%
	TOUS VINS	3 123	100,0%	3 199	100,0%	-76	-2,4%
SUPER	VQPRD	1 352	51,8%	1 371	51,2%	-19	-1,4%
	VDT (hors VDP)	586	22,5%	646	24,2%	-60	-9,2%
	VDP	628	24,1%	617	23,1%	11	1,8%
	VINS ETRANGERS	42	1,6%	42	1,6%	0	0,8%
	TOUS VINS	2 608	100,0%	2 675	100,0%	-67	-2,5%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	3 221	56,2%	3 313	56,4%	-92	-2,8%
	VDT (hors VDP)	1 115	19,4%	1 210	20,6%	-95	-7,9%
	VDP	1 293	22,6%	1 245	21,2%	49	3,9%
	VINS ETRANGERS	102	1,8%	107	1,8%	-5	-4,8%
	TOUS VINS	5 731	100,0%	5 874	100,0%	-143	-2,4%

		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	VQPRD	959,0	80,8%	951,2	81,0%	7,8	0,8%
	VDT (hors VDP)	77,3	6,5%	80,5	6,9%	-3,2	-4,0%
	VDP	129,9	10,9%	119,8	10,2%	10,2	8,5%
	VINS ETRANGERS	21,1	1,8%	22,6	1,9%	-1,5	-6,5%
	TOUS VINS	1 187,4	100,0%	1 174,1	100,0%	13,3	1,1%
SUPER	VQPRD	611,8	73,1%	595,4	72,6%	16,4	2,8%
	VDT (hors VDP)	87,4	10,5%	93,9	11,4%	-6,5	-6,9%
	VDP	124,6	14,9%	118,7	14,5%	5,9	4,9%
	VINS ETRANGERS	12,6	1,5%	12,3	1,5%	0,3	2,3%
	TOUS VINS	836,4	100,0%	820,3	100,0%	16,1	2,0%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	1 570,8	77,6%	1 546,6	77,5%	24,2	1,6%
	VDT (hors VDP)	164,7	8,1%	174,4	8,7%	-9,7	-5,5%
	VDP	254,5	12,6%	238,5	12,0%	16,0	6,7%
	VINS ETRANGERS	33,7	1,7%	34,9	1,8%	-1,2	-3,4%
	TOUS VINS	2 023,8	100,0%	1 994,4	100,0%	29,4	1,5%

				Evolution	
PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	euro/litre	%
HYPER	VQPRD	5,13	4,90	0,23	4,7%
	VDT (hors VDP)	1,46	1,43	0,04	2,5%
	VDP	1,95	1,91	0,05	2,4%
	VINS ETRANGERS	3,54	3,47	0,07	2,0%
	TOUS VINS	3,80	3,67	0,13	3,6%
SUPER	VQPRD	4,53	4,34	0,18	4,2%
	VDT (hors VDP)	1,49	1,45	0,04	2,6%
	VDP	1,98	1,92	0,06	3,1%
	VINS ETRANGERS	3,01	2,97	0,05	1,5%
	TOUS VINS	3,21	3,07	0,14	4,6%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	4,88	4,67	0,21	4,5%
	VDT (hors VDP)	1,48	1,44	0,04	2,5%
	VDP	1,97	1,92	0,05	2,7%
	VINS ETRANGERS	3,32	3,27	0,05	1,5%
	TOUS VINS	3,53	3,40	0,14	4,0%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 4 - Le marché des vins rosés

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	VQPRD	539	47,8%	531	48,6%	7	1,4%
	VDT (hors VDP)	160	14,2%	152	13,9%	8	5,5%
	VDP	398	35,3%	378	34,6%	20	5,3%
	VINS ETRANGERS	30	2,7%	32	2,9%	-2	-6,4%
	TOUS VINS	1 127	100,0%	1 093	100,0%	34	3,1%
SUPER	VQPRD	390	40,5%	381	41,0%	10	2,6%
	VDT (hors VDP)	160	16,6%	162	17,5%	-2	-1,4%
	VDP	393	40,7%	363	39,1%	30	8,3%
	VINS ETRANGERS	22	2,3%	22	2,4%	0	-0,1%
	TOUS VINS	965	100,0%	927	100,0%	38	4,1%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	929	44,4%	912	45,1%	17	1,9%
	VDT (hors VDP)	320	15,3%	314	15,5%	6	1,9%
	VDP	791	37,8%	741	36,7%	50	6,8%
	VINS ETRANGERS	52	2,5%	54	2,7%	-2	-3,9%
	TOUS VINS	2 092	100,0%	2 020	100,0%	71	3,5%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	VQPRD	207,0	63,6%	193,9	64,0%	13,0	6,7%
	VDT (hors VDP)	23,1	7,1%	21,0	6,9%	2,1	10,1%
	VDP	87,0	26,7%	79,6	26,3%	7,4	9,3%
	VINS ETRANGERS	8,4	2,6%	8,5	2,8%	-0,2	-2,0%
	TOUS VINS	325,4	100,0%	303,0	100,0%	22,4	7,4%
SUPER	VQPRD	153,0	56,2%	141,0	56,3%	12,0	8,5%
	VDT (hors VDP)	25,5	9,4%	24,9	9,9%	0,6	2,5%
	VDP	88,3	32,4%	79,0	31,6%	9,3	11,7%
	VINS ETRANGERS	5,5	2,0%	5,4	2,2%	0,1	2,1%
	TOUS VINS	272,3	100,0%	250,3	100,0%	22,0	8,8%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	360,0	60,2%	335,0	60,5%	25,0	7,5%
	VDT (hors VDP)	48,6	8,1%	45,8	8,3%	2,7	6,0%
	VDP	175,2	29,3%	158,6	28,7%	16,7	10,5%
	VINS ETRANGERS	13,9	2,3%	14,0	2,5%	-0,1	-0,4%
	TOUS VINS	597,7	100,0%	553,3	100,0%	44,4	8,0%

PRIX MOYEN en euro/litre				Evolution	
				Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07
HYPER	VQPRD	3,84	3,65	0,19	5,2%
	VDT (hors VDP)	1,44	1,38	0,06	4,3%
	VDP	2,19	2,10	0,08	3,8%
	VINS ETRANGERS	2,79	2,67	0,13	4,7%
	TOUS VINS	2,89	2,77	0,12	4,2%
SUPER	VQPRD	3,92	3,71	0,21	5,8%
	VDT (hors VDP)	1,59	1,53	0,06	4,0%
	VDP	2,25	2,18	0,07	3,2%
	VINS ETRANGERS	2,53	2,47	0,05	2,2%
	TOUS VINS	2,82	2,70	0,12	4,5%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	3,88	3,67	0,20	5,5%
	VDT (hors VDP)	1,52	1,46	0,06	4,0%
	VDP	2,22	2,14	0,08	3,5%
	VINS ETRANGERS	2,68	2,59	0,09	3,6%
	TOUS VINS	2,86	2,74	0,12	4,3%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 5 - Le marché des vins blancs

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	VQPRD	591	65,6%	593	66,7%	-3	-0,4%
	VDT (hors VDP)	154	17,0%	150	16,9%	3	2,1%
	VDP	146	16,2%	130	14,6%	15	11,8%
	VINS ETRANGERS	11	1,2%	15	1,7%	-4	-25,5%
	TOUS VINS	901	100,0%	889	100,0%	12	1,4%
SUPER	VQPRD	402	57,2%	405	58,1%	-3	-0,7%
	VDT (hors VDP)	171	24,4%	174	25,0%	-2	-1,4%
	VDP	124	17,6%	110	15,8%	14	12,7%
	VINS ETRANGERS	5	0,7%	8	1,1%	-3	-35,5%
	TOUS VINS	702	100,0%	696	100,0%	6	0,9%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	993	61,9%	998	63,0%	-5	-0,5%
	VDT (hors VDP)	325	20,3%	324	20,5%	1	0,2%
	VDP	269	16,8%	240	15,1%	29	12,2%
	VINS ETRANGERS	16	1,0%	23	1,5%	-7	-29,0%
	TOUS VINS	1 603	100,0%	1 585	100,0%	18	1,1%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	VQPRD	314,7	81,5%	306,1	82,4%	8,6	2,8%
	VDT (hors VDP)	24,3	6,3%	22,7	6,1%	1,6	7,1%
	VDP	41,1	10,7%	36,2	9,7%	4,9	13,5%
	VINS ETRANGERS	5,9	1,5%	6,6	1,8%	-0,7	-10,8%
	TOUS VINS	386,1	100,0%	371,7	100,0%	14,4	3,9%
SUPER	VQPRD	203,0	75,0%	194,7	76,1%	8,3	4,3%
	VDT (hors VDP)	28,7	10,6%	27,3	10,7%	1,4	5,1%
	VDP	36,4	13,5%	31,0	12,1%	5,4	17,4%
	VINS ETRANGERS	2,4	0,9%	2,7	1,1%	-0,4	-13,3%
	TOUS VINS	270,5	100,0%	255,8	100,0%	14,7	5,8%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	517,7	78,9%	500,8	79,8%	16,9	3,4%
	VDT (hors VDP)	53,0	8,1%	50,0	8,0%	3,0	6,0%
	VDP	77,5	11,8%	67,2	10,7%	10,3	15,3%
	VINS ETRANGERS	8,3	1,3%	9,3	1,5%	-1,1	-11,5%
	TOUS VINS	656,5	100,0%	627,5	100,0%	29,1	4,6%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	VQPRD	5,33	5,16	0,17	3,2%
	VDT (hors VDP)	1,58	1,51	0,07	4,9%
	VDP	2,83	2,78	0,04	1,5%
	VINS ETRANGERS	5,22	4,36	0,86	19,8%
	TOUS VINS	4,28	4,18	0,10	2,5%
SUPER	VQPRD	5,05	4,81	0,24	5,0%
	VDT (hors VDP)	1,68	1,57	0,10	6,6%
	VDP	2,94	2,82	0,12	4,2%
	VINS ETRANGERS	4,65	3,46	1,19	34,6%
	TOUS VINS	3,85	3,67	0,18	4,9%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	5,22	5,02	0,20	3,9%
	VDT (hors VDP)	1,63	1,54	0,09	5,8%
	VDP	2,88	2,80	0,08	2,8%
	VINS ETRANGERS	5,05	4,05	1,00	24,6%
	TOUS VINS	4,09	3,96	0,14	3,5%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 6 - Le bilan par catégorie de vins

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	VQPRD	2 999	58,2%	3 067	59,2%	-68	-2,2%
	VDT (hors VDP)	842	16,3%	865	16,7%	-24	-2,7%
	VDP	1 209	23,5%	1 136	21,9%	73	6,4%
	VINS ETRANGERS	101	2,0%	112	2,2%	-11	-10,1%
	TOUS VINS	5 150	100,0%	5 181	100,0%	-30	-0,6%
SUPER	VQPRD	2 144	50,1%	2 156	50,1%	-12	-0,6%
	VDT (hors VDP)	918	21,5%	982	22,9%	-64	-6,6%
	VDP	1 145	26,8%	1 089	25,3%	55	5,1%
	VINS ETRANGERS	69	1,6%	71	1,7%	-3	-3,6%
	TOUS VINS	4 275	100,0%	4 299	100,0%	-24	-0,6%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	5 143	54,6%	5 223	55,1%	-80	-1,5%
	VDT (hors VDP)	1 760	18,7%	1 848	19,5%	-88	-4,8%
	VDP	2 353	25,0%	2 225	23,5%	128	5,7%
	VINS ETRANGERS	170	1,8%	184	1,9%	-14	-7,6%
	TOUS VINS	9 426	100,0%	9 480	100,0%	-54	-0,6%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	VQPRD	1 480,6	78,0%	1 451,3	78,5%	29,4	2,0%
	VDT (hors VDP)	124,7	6,6%	124,2	6,7%	0,5	0,4%
	VDP	258,1	13,6%	235,6	12,7%	22,5	9,5%
	VINS ETRANGERS	35,4	1,9%	37,7	2,0%	-2,4	-6,3%
	TOUS VINS	1 898,8	100,0%	1 848,8	100,0%	50,0	2,7%
SUPER	VQPRD	967,9	70,2%	931,2	70,2%	36,7	3,9%
	VDT (hors VDP)	141,6	10,3%	146,1	11,0%	-4,5	-3,1%
	VDP	249,2	18,1%	228,7	17,2%	20,5	9,0%
	VINS ETRANGERS	20,5	1,5%	20,5	1,5%	0,0	0,2%
	TOUS VINS	1 379,2	100,0%	1 326,4	100,0%	52,8	4,0%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	2 448,5	74,7%	2 382,4	75,0%	66,1	2,8%
	VDT (hors VDP)	266,3	8,1%	270,3	8,5%	-3,9	-1,5%
	VDP	507,3	15,5%	464,2	14,6%	43,0	9,3%
	VINS ETRANGERS	55,9	1,7%	58,2	1,8%	-2,3	-4,0%
	TOUS VINS	3 278,0	100,0%	3 175,2	100,0%	102,8	3,2%

PRIX MOYEN en euro/litre				Evolution	
				Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07
HYPER	VQPRD	4,94	4,73	0,20	4,3%
	VDT (hors VDP)	1,48	1,43	0,05	3,3%
	VDP	2,14	2,07	0,06	3,0%
	VINS ETRANGERS	3,50	3,36	0,14	4,3%
	TOUS VINS	3,69	3,57	0,12	3,3%
SUPER	VQPRD	4,51	4,32	0,20	4,5%
	VDT (hors VDP)	1,54	1,49	0,06	3,7%
	VDP	2,18	2,10	0,08	3,7%
	VINS ETRANGERS	2,98	2,87	0,11	3,8%
	TOUS VINS	3,23	3,09	0,14	4,6%
TOUS CIRCUITS	VQPRD	4,76	4,56	0,20	4,4%
	VDT (hors VDP)	1,51	1,46	0,05	3,5%
	VDP	2,16	2,09	0,07	3,3%
	VINS ETRANGERS	3,29	3,17	0,12	3,9%
	TOUS VINS	3,48	3,35	0,13	3,8%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 7 - Le bilan des VQPRD par couleur

		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
VOLUME		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	1 870	62,3%	1 942	63,3%	-73	-3,7%
	ROSES	539	18,0%	531	17,3%	7	1,4%
	BLANCS	591	19,7%	593	19,3%	-3	-0,4%
	TOUS VQPRD	2 999	100,0%	3 067	100,0%	-68	-2,2%
SUPER	ROUGES	1 352	63,0%	1 371	63,6%	-19	-1,4%
	ROSES	390	18,2%	381	17,6%	10	2,6%
	BLANCS	402	18,7%	405	18,8%	-3	-0,7%
	TOUS VQPRD	2 144	100,0%	2 156	100,0%	-12	-0,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	3 221	62,6%	3 313	63,4%	-92	-2,8%
	ROSES	929	18,1%	912	17,5%	17	1,9%
	BLANCS	993	19,3%	998	19,1%	-5	-0,5%
	TOUS VQPRD	5 143	100,0%	5 223	100,0%	-80	-1,5%

		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
VALEUR		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	959,0	64,8%	951,2	65,5%	7,8	0,8%
	ROSES	207,0	14,0%	193,9	13,4%	13,0	6,7%
	BLANCS	314,7	21,3%	306,1	21,1%	8,6	2,8%
	TOUS VQPRD	1 480,6	100,0%	1 451,3	100,0%	29,4	2,0%
SUPER	ROUGES	611,8	63,2%	595,4	63,9%	16,4	2,8%
	ROSES	153,0	15,8%	141,0	15,1%	12,0	8,5%
	BLANCS	203,0	21,0%	194,7	20,9%	8,3	4,3%
	TOUS VQPRD	967,9	100,0%	931,2	100,0%	36,7	3,9%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1 570,8	64,2%	1 546,6	64,9%	24,2	1,6%
	ROSES	360,0	14,7%	335,0	14,1%	25,0	7,5%
	BLANCS	517,7	21,1%	500,8	21,0%	16,9	3,4%
	TOUS VQPRD	2 448,5	100,0%	2 382,4	100,0%	66,1	2,8%

				Evolution	
PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	euro/litre	%
HYPER	ROUGES	5,13	4,90	0,23	4,7%
	ROSES	3,84	3,65	0,19	5,2%
	BLANCS	5,33	5,16	0,17	3,2%
	TOUS VQPRD	4,94	4,73	0,20	4,3%
SUPER	ROUGES	4,53	4,34	0,18	4,2%
	ROSES	3,92	3,71	0,21	5,8%
	BLANCS	5,05	4,81	0,24	5,0%
	TOUS VQPRD	4,51	4,32	0,20	4,5%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	4,88	4,67	0,21	4,5%
	ROSES	3,88	3,67	0,20	5,5%
	BLANCS	5,22	5,02	0,20	3,9%
	TOUS VQPRD	4,76	4,56	0,20	4,4%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 8 - Le bilan des VQPRD par bassin de production

VOLUME	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
BORDELAIS	1 569	30,5%	1 636	31,3%	-67	-4,1%
VALLEE DU RHONE	845	16,4%	833	16,0%	12	1,5%
VALLEE DE LA LOIRE	727	14,1%	719	13,8%	8	1,1%
LANGUEDOC ROUSSILLON	392	7,6%	407	7,8%	-15	-3,7%
SUD OUEST	494	9,6%	485	9,3%	10	2,0%
PROVENCE CORSE	467	9,1%	491	9,4%	-24	-4,9%
ALSACE	233	4,5%	236	4,5%	-3	-1,3%
BEAUJOLAIS	150	2,9%	152	2,9%	-3	-1,7%
BOURGOGNE	217	4,2%	215	4,1%	2	0,9%
AUTRES BASSINS	49	0,9%	48	0,9%	0	0,6%
TOTAL VQPRD	5 143	100,0%	5 223	100,0%	-80	-1,5%

VALEUR	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
BORDELAIS	906,1	37,0%	889,8	37,3%	16,2	1,8%
VALLEE DU RHONE	316,6	12,9%	305,1	12,8%	11,5	3,8%
VALLEE DE LA LOIRE	285,1	11,6%	270,9	11,4%	14,2	5,2%
LANGUEDOC ROUSSILLON	131,6	5,4%	130,9	5,5%	0,7	0,5%
SUD OUEST	199,1	8,1%	192,9	8,1%	6,2	3,2%
PROVENCE CORSE	193,6	7,9%	187,4	7,9%	6,2	3,3%
ALSACE	131,8	5,4%	130,0	5,5%	1,8	1,4%
BEAUJOLAIS	77,5	3,2%	78,5	3,3%	-1,0	-1,3%
BOURGOGNE	174,1	7,1%	164,7	6,9%	9,4	5,7%
AUTRES BASSINS	33,0	1,3%	32,2	1,4%	0,8	2,4%
TOTAL VQPRD	2 448,5	100,0%	2 382,4	100,0%	66,1	2,8%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
			euro/litre	%
BORDELAIS	5,78	5,44	0,33	6,2%
VALLEE DU RHONE	3,74	3,66	0,08	2,3%
VALLEE DE LA LOIRE	3,92	3,77	0,15	4,1%
LANGUEDOC ROUSSILLON	3,36	3,22	0,14	4,4%
SUD OUEST	4,03	3,98	0,05	1,2%
PROVENCE CORSE	4,15	3,82	0,33	8,7%
ALSACE	5,65	5,50	0,15	2,7%
BEAUJOLAIS	5,18	5,16	0,02	0,4%
BOURGOGNE	8,01	7,65	0,36	4,7%
AUTRES BASSINS	6,78	6,66	0,12	1,9%
TOTAL VQPRD	4,76	4,56	0,20	4,4%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

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

VOLUME	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
BORDELAIS	1 381	42,9%	1 454	43,9%	-73	-5,0%
VALLEE DU RHONE	750	23,3%	749	22,6%	1	0,1%
VALLEE DE LA LOIRE	151	4,7%	150	4,5%	1	0,9%
LANGUEDOC ROUSSILLON	320	9,9%	337	10,2%	-18	-5,2%
SUD OUEST	330	10,2%	332	10,0%	-2	-0,6%
PROVENCE CORSE	23	0,7%	23	0,7%	0	-1,3%
ALSACE	11	0,4%	12	0,3%	0	-1,9%
BEAUJOLAIS	149	4,6%	152	4,6%	-3	-2,0%
BOURGOGNE	98	3,0%	96	2,9%	2	1,7%
AUTRES BASSINS	10	0,3%	10	0,3%	0	3,2%
TOTAL VQPRD	3 221	100,0%	3 313	100,0%	-92	-2,8%

VALEUR	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
BORDELAIS	807,7	51,4%	795,9	51,5%	11,9	1,5%
VALLEE DU RHONE	276,5	17,6%	269,5	17,4%	7,0	2,6%
VALLEE DE LA LOIRE	75,4	4,8%	73,7	4,8%	1,8	2,4%
LANGUEDOC ROUSSILLON	104,4	6,6%	105,6	6,8%	-1,2	-1,1%
SUD OUEST	121,6	7,7%	120,9	7,8%	0,7	0,6%
PROVENCE CORSE	12,0	0,8%	11,9	0,8%	0,1	0,8%
ALSACE	7,6	0,5%	7,5	0,5%	0,1	1,9%
BEAUJOLAIS	77,0	4,9%	78,2	5,1%	-1,2	-1,5%
BOURGOGNE	82,5	5,3%	77,8	5,0%	4,7	6,1%
AUTRES BASSINS	6,1	0,4%	5,8	0,4%	0,3	4,5%
TOTAL VQPRD	1 570,8	100,0%	1 546,6	100,0%	24,2	1,6%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
			euro/litre	%
BORDELAIS	5,85	5,47	0,37	6,8%
VALLEE DU RHONE	3,69	3,60	0,09	2,5%
VALLEE DE LA LOIRE	5,00	4,92	0,08	1,6%
LANGUEDOC ROUSSILLON	3,27	3,13	0,14	4,3%
SUD OUEST	3,69	3,65	0,04	1,1%
PROVENCE CORSE	5,31	5,20	0,11	2,1%
ALSACE	6,70	6,44	0,25	3,9%
BEAUJOLAIS	5,18	5,16	0,02	0,4%
BOURGOGNE	8,46	8,11	0,35	4,3%
AUTRES BASSINS	6,10	6,03	0,08	1,3%
TOTAL VQPRD	4,88	4,67	0,21	4,5%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

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

VOLUME	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
BORDELAIS	74	7,9%	67	7,3%	7	10,4%
VALLEE DU RHONE	87	9,3%	76	8,3%	11	14,9%
VALLEE DE LA LOIRE	221	23,8%	201	22,0%	21	10,2%
LANGUEDOC ROUSSILLON	51	5,5%	50	5,5%	2	3,2%
SUD OUEST	52	5,5%	50	5,5%	1	2,3%
PROVENCE CORSE	440	47,4%	464	50,9%	-24	-5,2%
BEAUJOLAIS	1	0,1%	0	0,1%	0	67,0%
BOURGOGNE	2	0,2%	2	0,2%	0	-5,5%
AUTRES BASSINS	1	0,1%	2	0,2%	0	-7,5%
TOTAL VQPRD	929	100,0%	912	100,0%	17	1,9%

VALEUR	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
BORDELAIS	30,6	8,5%	26,8	8,0%	3,8	14,2%
VALLEE DU RHONE	34,7	9,6%	30,6	9,1%	4,1	13,2%
VALLEE DE LA LOIRE	75,7	21,0%	66,2	19,8%	9,5	14,3%
LANGUEDOC ROUSSILLON	18,0	5,0%	16,7	5,0%	1,3	7,8%
SUD OUEST	19,8	5,5%	19,3	5,8%	0,5	2,3%
PROVENCE CORSE	179,0	49,7%	173,1	51,7%	5,9	3,4%
BEAUJOLAIS	0,4	0,1%	0,2	0,1%	0,2	76,1%
BOURGOGNE	1,0	0,3%	1,1	0,3%	-0,1	-7,2%
AUTRES BASSINS	0,8	0,2%	0,8	0,3%	0,0	-5,8%
TOTAL VQPRD	360,0	100,0%	335,0	100,0%	25,0	7,5%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
			euro/litre	%
BORDELAIS	4,15	4,01	0,14	3,5%
VALLEE DU RHONE	4,00	4,06	-0,06	-1,5%
VALLEE DE LA LOIRE	3,42	3,30	0,12	3,7%
LANGUEDOC ROUSSILLON	3,50	3,36	0,15	4,4%
SUD OUEST	3,83	3,83	0,00	0,0%
PROVENCE CORSE	4,07	3,73	0,34	9,1%
BEAUJOLAIS	5,11	4,84	0,26	5,4%
BOURGOGNE	5,12	5,21	-0,10	-1,8%
AUTRES BASSINS	5,70	5,59	0,10	1,8%
TOTAL VQPRD	3,88	3,67	0,20	5,5%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

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

VOLUME	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
BORDELAIS	114	11,5%	115	11,5%	-1	-0,9%
VALLEE DU RHONE	9	0,9%	9	0,9%	0	3,4%
VALLEE DE LA LOIRE	354	35,7%	368	36,9%	-14	-3,8%
LANGUEDOC ROUSSILLON	21	2,1%	20	2,0%	1	5,2%
SUD OUEST	113	11,4%	103	10,3%	10	9,9%
PROVENCE CORSE	4	0,4%	4	0,4%	0	9,0%
ALSACE	222	22,4%	225	22,5%	-3	-1,2%
BEAUJOLAIS	0	0,0%	0	0,0%	0	2,2%
BOURGOGNE	118	11,9%	117	11,7%	1	0,5%
AUTRES BASSINS	37	3,8%	37	3,7%	0	0,2%
TOTAL VQPRD	993	100,0%	998	100,0%	-5	-0,5%

VALEUR	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
BORDELAIS	67,7	13,1%	67,2	13,4%	0,5	0,8%
VALLEE DU RHONE	5,4	1,0%	5,0	1,0%	0,4	8,2%
VALLEE DE LA LOIRE	134,0	25,9%	131,0	26,2%	2,9	2,2%
LANGUEDOC ROUSSILLON	9,3	1,8%	8,6	1,7%	0,6	7,1%
SUD OUEST	57,7	11,2%	52,6	10,5%	5,1	9,7%
PROVENCE CORSE	2,6	0,5%	2,4	0,5%	0,2	9,5%
ALSACE	124,2	24,0%	122,6	24,5%	1,7	1,4%
BEAUJOLAIS	0,1	0,0%	0,1	0,0%	0,0	-0,2%
BOURGOGNE	90,5	17,5%	85,8	17,1%	4,8	5,6%
AUTRES BASSINS	26,1	5,0%	25,5	5,1%	0,6	2,2%
TOTAL VQPRD	517,7	100,0%	500,8	100,0%	16,9	3,4%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
			euro/litre	%
BORDELAIS	5,95	5,85	0,10	1,7%
VALLEE DU RHONE	5,99	5,72	0,27	4,7%
VALLEE DE LA LOIRE	3,78	3,56	0,22	6,3%
LANGUEDOC ROUSSILLON	4,38	4,30	0,08	1,9%
SUD OUEST	5,10	5,10	-0,01	-0,2%
PROVENCE CORSE	6,52	6,49	0,03	0,4%
ALSACE	5,60	5,45	0,14	2,6%
BEAUJOLAIS	7,33	7,50	-0,17	-2,3%
BOURGOGNE	7,69	7,31	0,37	5,1%
AUTRES BASSINS	7,00	6,86	0,14	2,0%
TOTAL VQPRD	5,22	5,02	0,20	3,9%

Réalisation : ONIVINS 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
TOTAL BORDELAIS	1 569		-4,1%	906,1		1,8%	5,78	6,2%
<i>dont ROUGES</i>	1 381	100,0%	-5,0%	807,7	100,0%	1,5%	5,85	6,8%
AOC Bordeaux	735	53,2%	-6,5%	286,5	35,5%	-1,2%	3,90	5,6%
AOC Bordeaux supérieur	111	8,1%	-8,5%	55,2	6,8%	-3,7%	4,95	5,2%
AOC du Groupe des Côtes	186	13,5%	-2,7%	92,2	11,4%	-1,0%	4,95	1,7%
AOC du Groupe Médoc et Graves	220	15,9%	-0,9%	250,2	31,0%	7,4%	11,39	8,4%
AOC du Groupe Libournais	129	9,3%	-3,3%	123,6	15,3%	1,1%	9,58	4,5%
<i>dont ROSES</i>	74	100,0%	10,4%	30,6	100,0%	14,2%	4,15	3,5%
<i>dont BLANCS</i>	114	100,0%	-0,9%	67,7	100,0%	0,8%	5,95	1,7%
<i>dont</i> Blancs secs	70	61,9%	4,7%	30,5	45,0%	7,9%	4,33	3,0%
AOC Bordeaux	47	41,1%	5,5%	16,9	24,9%	7,9%	3,61	2,2%
AOC Entre-Deux-Mers	16	14,4%	2,9%	6,7	9,9%	3,2%	4,09	0,3%
<i>dont</i> Blancs moelleux	16	14,2%	-16,6%	4,9	7,2%	-15,2%	3,03	1,6%
<i>dont</i> Blancs doux	27	24,0%	-3,5%	32,4	47,8%	-2,4%	11,86	1,1%
TOTAL VALLEE DU RHONE	845		1,5%	316,6		3,8%	3,74	2,3%
<i>dont ROUGES</i>	750	100,0%	0,1%	276,5	100,0%	2,6%	3,69	2,5%
AOC Côtes du Rhône	530	70,7%	-0,4%	160,0	57,8%	2,6%	3,02	3,0%
AOC Côtes du Rhône Villages	80	10,6%	3,3%	39,6	14,3%	1,9%	4,97	-1,3%
AOC Côtes du Ventoux	48	6,4%	9,8%	14,1	5,1%	9,1%	2,97	-0,7%
AOC Coteaux du Tricastin	11	1,5%	-12,0%	2,8	1,0%	-0,1%	2,54	13,5%
AOC Côtes du Lubéron	15	2,0%	-0,4%	5,0	1,8%	2,5%	3,33	2,9%
AOC Costières de Nîmes	15	2,0%	-4,2%	5,3	1,9%	-2,1%	3,58	2,2%
<i>dont ROSES</i>	87	100,0%	14,9%	34,7	100,0%	13,2%	4,00	-1,5%
AOC Côtes du Rhône	24	27,7%	14,5%	9,2	26,6%	15,3%	3,84	0,7%
AOC Tavel	14	15,9%	-1,2%	10,0	28,9%	-0,2%	7,29	1,0%
AOC Costières de Nîmes	20	22,7%	34,7%	5,9	16,9%	34,2%	2,98	-0,3%
TOTAL VALLEE DE LA LOIRE	727		1,1%	285,1		5,2%	3,92	4,1%
<i>dont ROUGES</i>	151	100,0%	0,9%	75,4	100,0%	2,4%	5,00	1,6%
AOC Anjou	12	8,0%	-3,6%	5,1	6,7%	-3,5%	4,21	0,1%
AOC Saumur	16	10,3%	-5,4%	6,6	8,8%	-5,6%	4,25	-0,2%
AOC Saumur Champigny	25	16,8%	6,7%	15,5	20,5%	7,6%	6,11	0,8%
AOC Bourgueuil	17	11,5%	2,4%	8,9	11,8%	5,0%	5,12	2,6%
AOC Saint Nicolas de Bourgueuil	13	8,3%	-3,0%	7,9	10,4%	-0,1%	6,27	3,1%
AOC Chinon	21	13,7%	10,4%	10,4	13,8%	6,2%	5,03	-3,8%
AOC Touraine	26	17,2%	-2,8%	8,5	11,2%	-1,5%	3,25	1,3%
<i>dont ROSES</i>	221	100,0%	10,2%	75,7	100,0%	14,3%	3,42	3,7%
AOC Cabernet d'Anjou	149	67,5%	9,8%	51,2	67,7%	14,7%	3,43	4,5%
AOC Rosé d'Anjou	37	16,5%	11,1%	10,8	14,3%	13,5%	2,95	2,1%
AOC Rosé de Loire	21	9,6%	19,4%	6,9	9,1%	22,8%	3,26	2,9%
<i>dont BLANCS</i>	354	100,0%	-3,8%	134,0	100,0%	2,2%	3,78	6,3%
AOC Muscadet Sèvre & Maine	42	11,7%	-22,8%	12,1	9,0%	-16,6%	2,90	8,1%
AOC Muscadet Sèvre & Maine sur lie	79	22,2%	0,0%	31,6	23,6%	1,0%	4,02	1,0%
AOC Muscadet	101	28,4%	-0,3%	26,6	19,8%	12,4%	2,64	12,7%
VDQS Gros Plant	36	10,3%	4,6%	7,8	5,9%	22,1%	2,16	16,7%
AOC Touraine	22	6,3%	-1,8%	9,2	6,9%	1,0%	4,11	2,9%

Réalisation : ONIVINS 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
TOTAL SUD OUEST	494		2,0%	199,1		3,2%	4,03	1,2%
<i>dont ROUGES</i>	330	100,0%	-0,6%	121,6	100,0%	0,6%	3,69	1,1%
AOC Cahors	59	17,9%	-3,0%	19,8	16,3%	-4,5%	3,36	-1,5%
AOC Bergerac	92	27,8%	5,0%	26,0	21,4%	4,4%	2,83	-0,6%
AOC Gaillac	35	10,5%	-3,9%	13,6	11,2%	-2,7%	3,93	1,3%
AOC Buzet	28	8,4%	-1,0%	13,9	11,4%	1,4%	4,98	2,4%
AOC Côtes de Duras	17	5,1%	-13,0%	5,8	4,8%	-6,3%	3,45	7,7%
AOC Côtes du Frontonnais	22	6,8%	0,6%	8,6	7,1%	2,3%	3,86	1,7%
AOC Madiran	27	8,1%	2,4%	13,0	10,7%	2,7%	4,88	0,3%
AOC Côtes du Marmandais	24	7,2%	-9,8%	7,2	5,9%	-6,1%	3,03	4,1%
<i>dont ROSES</i>	52	100,0%	2,3%	19,8	100,0%	2,3%	3,83	0,0%
<i>dont BLANCS</i>	113	100,0%	9,9%	57,7	100,0%	9,7%	5,10	-0,2%
AOC Bergerac	15	12,9%	15,2%	4,8	8,2%	10,6%	3,25	-4,0%
AOC Côtes de Bergerac	23	20,7%	12,5%	7,0	12,1%	11,6%	2,98	-0,9%
AOC Monbazillac	26	23,1%	9,3%	18,2	31,6%	10,1%	6,98	0,7%
AOC Jurançon	7	6,0%	33,7%	4,7	8,1%	37,2%	6,94	2,6%
AOC Gaillac	11	9,7%	11,0%	4,4	7,6%	13,1%	3,96	1,9%
TOTAL LANGUEDOC ROUSSILLON	392		-3,7%	131,6		0,5%	3,36	4,4%
<i>dont ROUGES</i>	320	100,0%	-5,2%	104,4	100,0%	-1,1%	3,27	4,3%
AOC Corbières	153	48,0%	-9,6%	37,2	35,6%	-7,1%	2,43	2,7%
AOC Minervois	39	12,4%	-8,2%	10,9	10,4%	-4,2%	2,75	4,3%
AOC Saint Chinian	25	7,9%	-1,4%	10,3	9,8%	1,8%	4,07	3,3%
AOC Faugères	17	5,2%	-6,0%	7,7	7,4%	-4,6%	4,63	1,4%
AOC Coteaux du Languedoc	27	8,5%	15,0%	12,8	12,3%	14,5%	4,72	-0,5%
AOC Fitou	26	8,1%	7,8%	11,2	10,8%	7,2%	4,33	-0,6%
AOC Côtes du Roussillon Villages	11	3,4%	7,8%	5,2	5,0%	15,7%	4,73	7,3%
AOC Côtes du Roussillon	13	4,0%	-9,8%	5,3	5,1%	-4,0%	4,17	6,4%
<i>dont ROSES</i>	51	100,0%	3,2%	18,0	100,0%	7,8%	3,50	4,4%
TOTAL PROVENCE ET CORSE	467		-4,9%	193,6		3,3%	4,15	8,7%
<i>dont ROSES</i>	440	100,0%	-5,2%	179,0	100,0%	3,4%	4,07	9,1%
AOC Côtes de Provence	320	72,6%	-9,7%	125,8	70,3%	0,0%	3,94	10,8%
AOC Coteaux Varois	23	5,2%	22,1%	8,9	4,9%	31,5%	3,88	7,7%
AOC Coteaux d'Aix-en-Provence	58	13,2%	9,7%	21,5	12,0%	13,4%	3,70	3,3%

Réalisation : ONIVINS 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
TOTAL ALSACE	233		-1,3%	131,8		1,4%	5,65	2,7%
<i>dont BLANCS</i>	222	100,0%	-1,2%	124,2	100,0%	1,4%	5,60	2,6%
Riesling	71	31,8%	-1,5%	37,7	30,4%	1,6%	5,35	3,1%
Sylvaner	43	19,6%	-5,7%	16,5	13,2%	-3,0%	3,79	2,9%
Pinot Gris	20	8,8%	-8,6%	14,7	11,8%	-7,4%	7,47	1,3%
Gewurztraminer	51	23,1%	4,6%	39,4	31,7%	5,8%	7,68	1,2%
Edelzwicker	24	11,0%	1,9%	8,9	7,2%	3,8%	3,66	1,9%
TOTAL BEAUJOLAIS	150		-1,7%	77,5		-1,3%	5,18	0,4%
<i>dont ROUGES</i>	149	100,0%	-2,0%	77,0	100,0%	-1,5%	5,18	0,4%
Primeurs	68	45,5%	-8,0%	30,4	39,4%	-6,2%	4,49	2,0%
Beaujolais nouveau	53	35,6%	-7,4%	22,9	29,7%	-5,0%	4,32	2,6%
Beaujolais Villages nouveau	15	9,8%	-10,0%	7,5	9,7%	-9,6%	5,13	0,5%
AOC Beaujolais	26	17,7%	4,0%	9,9	12,9%	0,3%	3,76	-3,5%
AOC Beaujolais Villages	12	8,1%	-2,4%	6,3	8,2%	-2,8%	5,24	-0,4%
Crus du Beaujolais	43	28,7%	5,4%	30,4	39,5%	3,2%	7,13	-2,1%
TOTAL BOURGOGNE	217		0,9%	174,1		5,7%	8,01	4,7%
<i>dont ROUGES</i>	98	100,0%	1,7%	82,5	100,0%	6,1%	8,46	4,3%
Génériques	68	69,2%	1,4%	41,4	50,1%	3,8%	6,12	2,4%
<i>dont BLANCS</i>	118	100,0%	0,5%	90,5	100,0%	5,6%	7,69	5,1%
AOC Bourgogne Aligoté	40	34,4%	-2,1%	23,4	25,8%	3,8%	5,78	6,0%
AOC Chablis	16	13,7%	-2,3%	17,0	18,8%	1,8%	10,54	4,2%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 15 - Le marché des vins de pays par couleur

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	665	55,0%	628	55,3%	37	5,9%
	ROSES	398	32,9%	378	33,3%	20	5,3%
	BLANCS	146	12,0%	130	11,5%	15	11,8%
	TOUS VDP	1 209	100,0%	1 136	100,0%	73	6,4%
SUPER	ROUGES	628	54,9%	617	56,6%	11	1,8%
	ROSES	393	34,3%	363	33,3%	30	8,3%
	BLANCS	124	10,8%	110	10,1%	14	12,7%
	TOUS VDP	1 145	100,0%	1 089	100,0%	55	5,1%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1 293	54,9%	1 245	55,9%	49	3,9%
	ROSES	791	33,6%	741	33,3%	50	6,8%
	BLANCS	269	11,4%	240	10,8%	29	12,2%
	TOUS VDP	2 353	100,0%	2 225	100,0%	128	5,7%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	129,9	50,4%	119,8	50,8%	10,2	8,5%
	ROSES	87,0	33,7%	79,6	33,8%	7,4	9,3%
	BLANCS	41,1	15,9%	36,2	15,4%	4,9	13,5%
	TOUS VDP	258,1	100,0%	235,6	100,0%	22,5	9,5%
SUPER	ROUGES	124,6	50,0%	118,7	51,9%	5,9	4,9%
	ROSES	88,3	35,4%	79,0	34,5%	9,3	11,7%
	BLANCS	36,4	14,6%	31,0	13,6%	5,4	17,4%
	TOUS VDP	249,2	100,0%	228,7	100,0%	20,5	9,0%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	254,5	50,2%	238,5	51,4%	16,0	6,7%
	ROSES	175,2	34,5%	158,6	34,2%	16,7	10,5%
	BLANCS	77,5	15,3%	67,2	14,5%	10,3	15,3%
	TOUS VDP	507,3	100,0%	464,2	100,0%	43,0	9,3%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	1,95	1,91	0,05	2,4%
	ROSES	2,19	2,10	0,08	3,8%
	BLANCS	2,83	2,78	0,04	1,5%
	TOUS VDP	2,14	2,07	0,06	3,0%
SUPER	ROUGES	1,98	1,92	0,06	3,1%
	ROSES	2,25	2,18	0,07	3,2%
	BLANCS	2,94	2,82	0,12	4,2%
	TOUS VDP	2,18	2,10	0,08	3,7%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1,97	1,92	0,05	2,7%
	ROSES	2,22	2,14	0,08	3,5%
	BLANCS	2,88	2,80	0,08	2,8%
	TOUS VDP	2,16	2,09	0,07	3,3%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 16 - Le marché des vins de pays par catégorie

VOLUME	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
VINS DE PAYS REGIONAUX	1 207	100,0%	1 041	100,0%	166	15,9%
ROUGE	721	59,7%	630	60,5%	91	14,4%
ROSE	297	24,6%	244	23,4%	53	21,8%
BLANC	190	15,7%	167	16,1%	22	13,3%
VINS DE PAYS DE DEPARTEMENT	807	100,0%	840	100,0%	-33	-4,0%
ROUGE	482	59,8%	513	61,1%	-31	-6,0%
ROSE	316	39,2%	318	37,9%	-2	-0,6%
BLANC	8	1,0%	8	1,0%	0	-4,2%
VINS DE PAYS DE ZONE	340	100,0%	345	100,0%	-5	-1,4%
ROUGE	90	26,5%	102	29,5%	-11	-11,2%
ROSE	178	52,3%	179	51,9%	-1	-0,5%
BLANC	72	21,1%	64	18,7%	7	11,6%
TOUS VINS DE PAYS	2 353	100,0%	2 225	100,0%	128	5,7%
ROUGE	1 293	54,9%	1 245	55,9%	49	3,9%
ROSE	791	33,6%	741	33,3%	50	6,8%
BLANC	269	11,4%	240	10,8%	29	12,2%

VALEUR	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
VINS DE PAYS REGIONAUX	289,9	100,0%	249,7	100,0%	40,3	16,1%
ROUGE	166,3	57,4%	145,8	58,4%	20,5	14,1%
ROSE	70,9	24,4%	58,8	23,5%	12,1	20,5%
BLANC	52,8	18,2%	45,1	18,1%	7,7	17,0%
VINS DE PAYS DE DEPARTEMENT	120,5	100,0%	120,6	100,0%	-0,1	-0,1%
ROUGE	65,5	54,3%	67,7	56,2%	-2,2	-3,3%
ROSE	52,5	43,6%	50,2	41,7%	2,3	4,5%
BLANC	2,5	2,1%	2,6	2,2%	-0,1	-4,0%
VINS DE PAYS DE ZONE	96,8	100,0%	94,0	100,0%	2,8	3,0%
ROUGE	22,7	23,5%	25,0	26,6%	-2,2	-8,9%
ROSE	51,9	53,6%	49,5	52,7%	2,3	4,7%
BLANC	22,2	23,0%	19,5	20,7%	2,7	14,0%
TOUS VINS DE PAYS	507,3	100,0%	464,2	100,0%	43,0	9,3%
ROUGE	254,5	50,2%	238,5	51,4%	16,0	6,7%
ROSE	175,2	34,5%	158,6	34,2%	16,7	10,5%
BLANC	77,5	15,3%	67,2	14,5%	10,3	15,3%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
			euro/litre	%
VINS DE PAYS REGIONAUX	2,40	2,40	0,00	0,2%
ROUGE	2,31	2,31	-0,01	-0,3%
ROSE	2,39	2,41	-0,02	-1,0%
BLANC	2,78	2,70	0,09	3,3%
VINS DE PAYS DE DEPARTEMENT	1,49	1,44	0,06	4,1%
ROUGE	1,36	1,32	0,04	2,9%
ROSE	1,66	1,58	0,08	5,2%
BLANC	3,17	3,16	0,01	0,2%
VINS DE PAYS DE ZONE	2,85	2,73	0,12	4,5%
ROUGE	2,52	2,46	0,06	2,6%
ROSE	2,92	2,77	0,14	5,2%
BLANC	3,09	3,03	0,07	2,2%
TOUS VINS DE PAYS	2,16	2,09	0,07	3,3%
ROUGE	1,97	1,92	0,05	2,7%
ROSE	2,22	2,14	0,08	3,5%
BLANC	2,88	2,80	0,08	2,8%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

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

VOLUME	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	en %
VINS DE PAYS DE CEPAGE	1 243	100,0%	1 067	100,0%	176	16,5%
ROUGE	744	59,9%	653	61,2%	91	14,0%
ROSE	276	22,2%	220	20,6%	57	25,7%
BLANC	222	17,8%	194	18,2%	28	14,4%
VINS DE PAYS SANS CEPAGE	1 110	100,0%	1 158	100,0%	-48	-4,1%
ROUGE	549	49,4%	591	51,1%	-43	-7,2%
ROSE	514	46,3%	521	45,0%	-6	-1,2%
BLANC	48	4,3%	46	4,0%	1	3,1%
TOUS VINS DE PAYS	2 353	100,0%	2 225	100,0%	128	5,7%
ROUGE	1 293	54,9%	1 245	55,9%	49	3,9%
ROSE	791	33,6%	741	33,3%	50	6,8%
BLANC	269	11,4%	240	10,8%	29	12,2%

VALEUR	Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	en %
VINS DE PAYS DE CEPAGE	300,7	100,0%	257,2	100,0%	43,6	16,9%
ROUGE	172,7	57,4%	152,0	59,1%	20,6	13,6%
ROSE	65,8	21,9%	52,6	20,5%	13,2	25,2%
BLANC	62,2	20,7%	52,5	20,4%	9,7	18,5%
VINS DE PAYS SANS CEPAGE	206,5	100,0%	207,1	100,0%	-0,5	-0,3%
ROUGE	81,8	39,6%	86,4	41,7%	-4,6	-5,3%
ROSE	109,4	53,0%	106,0	51,2%	3,4	3,2%
BLANC	15,3	7,4%	14,7	7,1%	0,6	4,1%
TOUS VINS DE PAYS	507,3	100,0%	464,2	100,0%	43,0	9,3%
ROUGE	254,5	50,2%	238,5	51,4%	16,0	6,7%
ROSE	175,2	34,5%	158,6	34,2%	16,7	10,5%
BLANC	77,5	15,3%	67,2	14,5%	10,3	15,3%

PRIX MOYEN en euro/litre	Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
			euro/litre	%
VINS DE PAYS DE CEPAGE	2,42	2,41	0,01	0,4%
ROUGE	2,32	2,33	-0,01	-0,4%
ROSE	2,38	2,39	-0,01	-0,4%
BLANC	2,81	2,71	0,10	3,5%
VINS DE PAYS SANS CEPAGE	1,86	1,79	0,07	4,0%
ROUGE	1,49	1,46	0,03	2,1%
ROSE	2,13	2,03	0,09	4,5%
BLANC	3,21	3,18	0,03	1,0%
TOUS VINS DE PAYS	2,16	2,09	0,07	3,3%
ROUGE	1,97	1,92	0,05	2,7%
ROSE	2,22	2,14	0,08	3,5%
BLANC	2,88	2,80	0,08	2,8%

Réalisation : ONIVINS 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
TOTAL VDP CEPAGES ROUGES	744	100,0%	14,0%	172,7	100,0%	13,6%	2,32	-0,4%
<i>dont CABERNET SAUVIGNON</i>	314	42,2%	17,6%	71,2	41,2%	15,9%	2,27	-1,4%
VDP d'Oc	307	41,2%	17,6%	69,3	40,2%	16,1%	2,26	-1,3%
<i>dont GAMAY</i>	79	10,6%	-0,5%	16,3	9,4%	2,4%	2,06	3,0%
VDP Jardin de la France	48	6,5%	-2,5%	9,5	5,5%	2,8%	1,97	5,4%
<i>dont MERLOT</i>	296	39,8%	21,5%	67,3	39,0%	22,0%	2,27	0,4%
VDP d'Oc	285	38,2%	22,6%	64,0	37,1%	23,5%	2,25	0,7%
<i>dont BI-CEPAGES</i>	44	5,9%	-17,6%	13,8	8,0%	-14,1%	3,16	4,3%
VDP d'Oc	42	5,6%	-14,1%	13,1	7,6%	-10,5%	3,15	4,1%
TOTAL VDP CEPAGES ROSES	276	100,0%	25,7%	65,8	100,0%	25,2%	2,38	-0,4%
<i>dont GRENACHE</i>	13	4,9%	3,1%	4,1	6,2%	9,0%	3,05	5,8%
VDP d'Oc	11	4,1%	3,9%	3,4	5,1%	9,0%	2,96	4,9%
<i>dont SYRAH</i>	23	8,4%	19,9%	6,8	10,3%	26,2%	2,93	5,3%
VDP d'Oc	21	7,7%	15,8%	6,2	9,4%	21,8%	2,90	5,2%
<i>dont CINSAUT</i>	196	70,8%	35,1%	42,3	64,3%	35,2%	2,16	0,1%
VDP d'Oc	195	70,4%	35,1%	42,1	63,9%	35,2%	2,16	0,1%
TOTAL VDP CEPAGES BLANCS	222	100,0%	14,4%	62,2	100,0%	18,5%	2,81	3,5%
<i>dont CHARDONNAY</i>	54	24,2%	23,7%	17,7	28,5%	22,7%	3,30	-0,8%
VDP d'Oc	40	18,2%	28,7%	13,4	21,5%	27,9%	3,32	-0,7%
<i>dont SAUVIGNON</i>	133	60,1%	11,4%	33,9	54,5%	16,9%	2,54	5,0%
VDP Jardin de la France	21	9,3%	-28,8%	4,8	7,7%	-24,2%	2,31	6,5%
VDP d'Oc	100	45,0%	16,3%	25,7	41,3%	20,8%	2,57	3,8%

Réalisation : ONIVINS 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
TOTAL ROUGES	549	100,0%	-7,2%	81,8	100,0%	-5,3%	1,49	2,1%
VDP d'Oc	16	2,9%	-12,9%	4,0	4,9%	-7,9%	2,55	5,7%
VDP de l'Aude	250	45,6%	-6,4%	27,7	33,8%	-4,2%	1,11	2,4%
VDP de l'Hérault	108	19,8%	-2,5%	15,1	18,5%	1,0%	1,40	3,6%
VDP des Bouches du Rhône	32	5,8%	-7,1%	4,7	5,8%	-6,4%	1,49	0,8%
VDP du Gard	12	2,2%	-24,4%	2,3	2,9%	-12,4%	1,92	15,8%
VDP du Var	10	1,8%	-12,0%	2,1	2,6%	-8,8%	2,10	3,6%
VDP des Pyrénées Orientales	4	0,8%	-23,0%	0,8	1,0%	-18,1%	2,04	6,3%
VDP de l'Ardèche	40	7,3%	-2,1%	6,9	8,5%	-2,0%	1,73	0,1%
VDP des Coteaux de Peyriac	12	2,2%	-18,5%	2,4	3,0%	-15,4%	2,04	3,8%
VDP des Sables du Golfe du Lion	1	0,1%	-23,6%	0,2	0,2%	-23,2%	3,14	0,6%
TOTAL ROSES	514	100,0%	-1,2%	109,4	100,0%	3,2%	2,13	4,5%
VDP d'Oc	26	5,1%	-11,8%	7,6	6,9%	-7,6%	2,89	4,7%
VDP de l'Hérault	91	17,7%	5,7%	13,8	12,6%	10,5%	1,52	4,6%
VDP de l'Aude	90	17,5%	-5,7%	10,6	9,7%	-1,0%	1,18	4,9%
VDP du Var	71	13,9%	-0,4%	14,8	13,6%	4,9%	2,08	5,4%
VDP du Gard	11	2,1%	-11,7%	2,2	2,0%	-4,6%	2,03	8,0%
VDP des Sables du Golfe du Lion	73	14,1%	-6,0%	25,5	23,3%	1,1%	3,51	7,6%
VDP de l'Île de Beauté	46	8,9%	10,3%	11,2	10,3%	16,6%	2,44	5,7%
VDP des Coteaux de Peyriac	9	1,7%	-8,7%	1,8	1,6%	-13,5%	2,01	-5,3%
TOTAL BLANCS	48	100,0%	3,1%	15,3	100,0%	4,1%	3,21	1,0%
VDP des Côtes de Gascogne	19	39,7%	-8,9%	7,0	45,6%	-6,1%	3,69	3,0%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

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

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	528	62,7%	563	65,1%	-35	-6,3%
	ROSES	160	19,0%	152	17,5%	8	5,5%
	BLANCS	154	18,2%	150	17,4%	3	2,1%
	TOUS VDT	842	100,0%	865	100,0%	-24	-2,7%
SUPER	ROUGES	586	63,9%	646	65,8%	-60	-9,2%
	ROSES	160	17,4%	162	16,5%	-2	-1,4%
	BLANCS	171	18,7%	174	17,7%	-2	-1,4%
	TOUS VDT	918	100,0%	982	100,0%	-64	-6,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1 115	63,3%	1 210	65,5%	-95	-7,9%
	ROSES	320	18,2%	314	17,0%	6	1,9%
	BLANCS	325	18,5%	324	17,5%	1	0,2%
	TOUS VDT	1 760	100,0%	1 848	100,0%	-88	-4,8%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	77,3	62,0%	80,5	64,8%	-3,2	-4,0%
	ROSES	23,1	18,5%	21,0	16,9%	2,1	10,1%
	BLANCS	24,3	19,5%	22,7	18,3%	1,6	7,1%
	TOUS VDT	124,7	100,0%	124,2	100,0%	0,5	0,4%
SUPER	ROUGES	87,4	61,7%	93,9	64,3%	-6,5	-6,9%
	ROSES	25,5	18,0%	24,9	17,0%	0,6	2,5%
	BLANCS	28,7	20,3%	27,3	18,7%	1,4	5,1%
	TOUS VDT	141,6	100,0%	146,1	100,0%	-4,5	-3,1%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	164,7	61,9%	174,4	64,5%	-9,7	-5,5%
	ROSES	48,6	18,2%	45,8	17,0%	2,7	6,0%
	BLANCS	53,0	19,9%	50,0	18,5%	3,0	6,0%
	TOUS VDT	266,3	100,0%	270,3	100,0%	-3,9	-1,5%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	1,46	1,43	0,04	2,5%
	ROSES	1,44	1,38	0,06	4,3%
	BLANCS	1,58	1,51	0,07	4,9%
	TOUS VDT	1,48	1,43	0,05	3,3%
SUPER	ROUGES	1,49	1,45	0,04	2,6%
	ROSES	1,59	1,53	0,06	4,0%
	BLANCS	1,68	1,57	0,10	6,6%
	TOUS VDT	1,54	1,49	0,06	3,7%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1,48	1,44	0,04	2,5%
	ROSES	1,52	1,46	0,06	4,0%
	BLANCS	1,63	1,54	0,09	5,8%
	TOUS VDT	1,51	1,46	0,05	3,5%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

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

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	346	67,9%	369	70,4%	-24	-6,4%
	ROSES	87	17,0%	80	15,2%	7	9,0%
	BLANCS	77	15,1%	76	14,4%	1	1,2%
	TOTAL	509	100,0%	524	100,0%	-15	-2,9%
SUPER	ROUGES	316	64,1%	352	65,9%	-35	-10,0%
	ROSES	97	19,6%	97	18,3%	-1	-0,5%
	BLANCS	80	16,2%	85	15,9%	-5	-5,4%
	TOTAL	494	100,0%	534	100,0%	-40	-7,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	662	66,0%	721	68,1%	-59	-8,2%
	ROSES	184	18,3%	177	16,7%	7	3,8%
	BLANCS	157	15,6%	161	15,2%	-4	-2,3%
	TOTAL	1 002	100,0%	1 058	100,0%	-56	-5,3%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	59,1	68,1%	61,7	70,8%	-2,6	-4,2%
	ROSES	15,0	17,3%	13,3	15,3%	1,7	12,6%
	BLANCS	12,7	14,6%	12,1	13,9%	0,6	4,7%
	TOTAL	86,8	100,0%	87,1	100,0%	-0,4	-0,4%
SUPER	ROUGES	58,6	64,4%	63,5	66,8%	-4,9	-7,7%
	ROSES	16,9	18,6%	16,5	17,3%	0,4	2,7%
	BLANCS	15,4	17,0%	15,1	15,9%	0,3	2,3%
	TOTAL	90,9	100,0%	95,0	100,0%	-4,1	-4,3%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	117,7	66,2%	125,2	68,7%	-7,5	-6,0%
	ROSES	31,9	18,0%	29,8	16,4%	2,1	7,1%
	BLANCS	28,1	15,8%	27,2	14,9%	0,9	3,4%
	TOTAL	177,7	100,0%	182,2	100,0%	-4,5	-2,5%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	1,71	1,67	0,04	2,3%
	ROSES	1,73	1,68	0,05	3,2%
	BLANCS	1,65	1,60	0,06	3,4%
	TOTAL	1,71	1,66	0,04	2,6%
SUPER	ROUGES	1,85	1,81	0,05	2,6%
	ROSES	1,74	1,69	0,05	3,2%
	BLANCS	1,92	1,78	0,14	8,1%
	TOTAL	1,84	1,78	0,06	3,5%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1,78	1,74	0,04	2,4%
	ROSES	1,74	1,68	0,05	3,2%
	BLANCS	1,79	1,69	0,10	5,8%
	TOTAL	1,77	1,72	0,05	3,0%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

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

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	183	54,9%	194	57,0%	-12	-6,1%
	ROSES	73	22,0%	72	21,2%	1	1,7%
	BLANCS	77	23,1%	75	21,9%	2	3,0%
	TOTAL	333	100,0%	341	100,0%	-8	-2,4%
SUPER	ROUGES	270	63,6%	294	65,6%	-24	-8,3%
	ROSES	63	14,9%	65	14,5%	-2	-2,8%
	BLANCS	91	21,5%	89	19,9%	2	2,3%
	TOTAL	424	100,0%	448	100,0%	-24	-5,4%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	453	59,8%	489	61,9%	-36	-7,4%
	ROSES	136	18,0%	137	17,4%	-1	-0,4%
	BLANCS	168	22,2%	164	20,7%	4	2,6%
	TOTAL	757	100,0%	790	100,0%	-32	-4,1%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	18,2	48,1%	18,8	50,8%	-0,6	-3,1%
	ROSES	8,1	21,2%	7,6	20,6%	0,4	5,8%
	BLANCS	11,6	30,7%	10,6	28,7%	1,0	9,8%
	TOTAL	37,9	100,0%	37,0	100,0%	0,9	2,4%
SUPER	ROUGES	28,8	56,9%	30,4	59,6%	-1,6	-5,2%
	ROSES	8,6	16,9%	8,4	16,5%	0,2	2,1%
	BLANCS	13,3	26,2%	12,2	24,0%	1,0	8,5%
	TOTAL	50,7	100,0%	51,1	100,0%	-0,4	-0,7%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	47,1	53,1%	49,2	55,9%	-2,2	-4,4%
	ROSES	16,6	18,8%	16,0	18,2%	0,6	3,8%
	BLANCS	24,9	28,1%	22,9	25,9%	2,1	9,1%
	TOTAL	88,6	100,0%	88,1	100,0%	0,5	0,6%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	1,00	0,97	0,03	3,2%
	ROSES	1,10	1,05	0,04	4,1%
	BLANCS	1,52	1,42	0,09	6,6%
	TOTAL	1,14	1,09	0,05	5,0%
SUPER	ROUGES	1,07	1,03	0,04	3,4%
	ROSES	1,36	1,29	0,06	5,0%
	BLANCS	1,46	1,37	0,08	6,0%
	TOTAL	1,19	1,14	0,06	4,9%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	1,04	1,01	0,03	3,3%
	ROSES	1,22	1,17	0,05	4,3%
	BLANCS	1,48	1,40	0,09	6,3%
	TOTAL	1,17	1,12	0,05	4,9%

Réalisation : ONIVINS 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
TOTAL VINS DE TABLE	1 760	100,0%	-4,8%	100,0	100,0%	-1,5%	1,51	3,5%
<i>Vins de Table Français</i>	<i>1 002</i>	<i>57,0%</i>	<i>-5,3%</i>	<i>57,0</i>	<i>57,0%</i>	<i>-2,5%</i>	<i>1,77</i>	<i>3,0%</i>
BVP 75 cl	480	27,3%	-9,1%	27,3	37,1%	-5,9%	2,06	3,4%
Litre verre perdu	59	3,3%	-22,6%	3,3	3,4%	-14,8%	1,57	10,1%
Litre consigné	13	0,7%	-13,3%	0,7	0,9%	-7,8%	1,78	6,4%
Bouteille plastique	184	10,5%	-5,0%	10,5	10,1%	-1,3%	1,46	4,0%
Brique	29	1,7%	3,6%	1,7	1,7%	7,3%	1,52	3,6%
Cubitainer	32	1,8%	-8,4%	1,8	1,4%	-2,2%	1,18	6,7%
Bag in box	175	10,0%	15,5%	10,0	10,0%	16,0%	1,51	0,4%
<i>V.D.P.C.E.</i>	<i>757</i>	<i>43,0%</i>	<i>-4,1%</i>	<i>7,8</i>	<i>7,8%</i>	<i>0,6%</i>	<i>1,17</i>	<i>4,9%</i>
				6,2				
BVP 75 cl	138	7,8%	-4,7%	1,8	7,7%	-1,4%	1,48	3,4%
Litre verre perdu	109	6,2%	-9,8%	8,2	4,9%	-4,0%	1,19	6,4%
Litre consigné	31	1,8%	-14,6%	0,0	1,5%	-7,9%	1,30	7,9%
Bouteille plastique	145	8,2%	-4,8%	15,7	7,3%	1,3%	1,34	6,4%
Cubitainer	276	15,7%	-0,4%	-	8,7%	4,7%	0,84	5,0%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 24 - Le marché des vins étrangers par couleur

VOLUME		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		1000 hl	PDM	1000 hl	PDM	1000 hl	%
HYPER	ROUGES	60	59,2%	65	58,1%	-5	-8,4%
	ROSES	30	29,7%	32	28,5%	-2	-6,4%
	BLANCS	11	11,1%	15	13,4%	-4	-25,5%
	TOTAL	101	100,0%	112	100,0%	-11	-10,1%
SUPER	ROUGES	42	60,8%	42	58,2%	0	0,8%
	ROSES	22	31,8%	22	30,7%	0	-0,1%
	BLANCS	5	7,4%	8	11,1%	-3	-35,5%
	TOTAL	69	100,0%	71	100,0%	-3	-3,6%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	102	59,8%	107	58,1%	-5	-4,8%
	ROSES	52	30,5%	54	29,3%	-2	-3,9%
	BLANCS	16	9,6%	23	12,5%	-7	-29,0%
	TOTAL	170	100,0%	184	100,0%	-14	-7,6%

VALEUR		Cumul 52 semaines au 17/08/08		Cumul 52 semaines au 19/08/07		Evolution	
		Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	PDM	Millions d'euro	%
HYPER	ROUGES	21,1	59,8%	22,6	59,9%	-1,5	-6,5%
	ROSES	8,4	23,6%	8,5	22,6%	-0,2	-2,0%
	BLANCS	5,9	16,6%	6,6	17,4%	-0,7	-10,8%
	TOTAL	35,4	100,0%	37,7	100,0%	-2,4	-6,3%
SUPER	ROUGES	12,6	61,4%	12,3	60,1%	0,3	2,3%
	ROSES	5,5	27,0%	5,4	26,4%	0,1	2,1%
	BLANCS	2,4	11,6%	2,7	13,4%	-0,4	-13,3%
	TOTAL	20,5	100,0%	20,5	100,0%	0,0	0,2%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	33,7	60,4%	34,9	60,0%	-1,2	-3,4%
	ROSES	13,9	24,9%	14,0	24,0%	-0,1	-0,4%
	BLANCS	8,3	14,8%	9,3	16,0%	-1,1	-11,5%
	TOTAL	55,9	100,0%	58,2	100,0%	-2,3	-4,0%

PRIX MOYEN en euro/litre		Cumul 52 semaines au 17/08/08	Cumul 52 semaines au 19/08/07	Evolution	
				euro/litre	%
HYPER	ROUGES	3,54	3,47	0,07	2,0%
	ROSES	2,79	2,67	0,13	4,7%
	BLANCS	5,22	4,36	0,86	19,8%
	TOTAL	3,50	3,36	0,14	4,3%
SUPER	ROUGES	3,01	2,97	0,05	1,5%
	ROSES	2,53	2,47	0,05	2,2%
	BLANCS	4,65	3,46	1,19	34,6%
	TOTAL	2,98	2,87	0,11	3,8%
TOUS CIRCUITS	ROUGES	3,32	3,27	0,05	1,5%
	ROSES	2,68	2,59	0,09	3,6%
	BLANCS	5,05	4,05	1,00	24,6%
	TOTAL	3,29	3,17	0,12	3,9%

Réalisation : ONIVINS 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
TOTAL VINS ETRANGERS	170	100,0%	-7,6%	55,9	100,0%	-4,0%	3,29	3,9%
Total Espagne	85	50,1%	-8,5%	14,9	26,6%	-6,4%	1,75	2,3%
Total Italie	9	5,6%	-14,4%	5,3	9,4%	-10,9%	5,53	4,1%
Total Portugal	14	8,2%	1,0%	6,2	11,1%	2,1%	4,47	1,0%
Total Allemagne	2	1,1%	-47,0%	0,7	1,2%	-41,5%	3,40	10,5%
Total Maghreb	35	20,6%	-3,1%	13,6	24,3%	-0,3%	3,89	2,9%
Total Nouveau Monde	23	13,5%	-5,7%	14,0	25,1%	-2,5%	6,10	3,5%
dont Afrique du Sud	1	0,9%	-24,0%	0,8	1,4%	-15,5%	5,24	11,2%
dont Argentine	2	1,0%	-4,9%	1,3	2,3%	1,2%	7,33	6,4%
dont Australie	3	2,0%	-16,2%	2,2	4,0%	-14,2%	6,51	2,4%
dont Californie	7	4,3%	0,9%	4,3	7,7%	1,8%	5,91	0,9%
dont Chili	9	5,2%	-2,1%	5,2	9,4%	2,1%	5,94	4,3%

Réalisation : ONIVINS 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
Tous types de conditionnement	9 426	100,0%	-0,6%	3 278,0	100,0%	3,2%	3,48	3,8%
Total Verre Perdu	6 423	68,1%	-4,1%	2 735,1	83,4%	1,2%	4,26	5,6%
dont BVP 75 cl	6 078	64,5%	-3,8%	2 632,7	80,3%	1,3%	4,33	5,3%
dont litre	208	2,2%	-13,1%	34,7	1,1%	-6,5%	1,67	7,6%
dont autres	137	1,5%	-4,9%	67,6	2,1%	1,9%	4,93	7,1%
Litre verre consigné	47	0,5%	-14,1%	7,0	0,2%	-8,1%	1,50	6,9%
Bouteille plastique	345	3,7%	-5,3%	49,2	1,5%	-0,8%	1,43	4,8%
Brique	33	0,3%	4,1%	5,0	0,2%	7,6%	1,51	3,4%
Cubitainer	735	7,8%	-4,1%	75,5	2,3%	-1,5%	1,03	2,7%
Bag in Box	1 842	19,5%	17,8%	405,8	12,4%	21,5%	2,20	3,1%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Annexe 27 - Le marché des vins tranquilles commercialisés sous MDD

	VOLUMES COMMERCIALISES			CHIFFRES D'AFFAIRES REALISES			PRIX MOYENS D 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	3 168	100,0%	6,8%	830,8	100,0%	9,4%	2,62	2,5%
Tous vins rouges	1 816	57,3%	4,3%	437,9	52,7%	5,5%	2,41	1,1%
Tous vins rosés	753	23,8%	13,9%	186,5	22,4%	18,8%	2,48	4,3%
Tous vins blancs	599	18,9%	6,0%	206,4	24,8%	10,3%	3,44	4,1%
Tous VQPRD	1 545	48,8%	3,6%	559,3	67,3%	6,4%	3,62	2,7%
dont Bordelais	340	10,7%	1,4%	131,9	15,9%	1,8%	3,88	0,5%
dont Vallée du Rhône	280	8,8%	6,6%	79,2	9,5%	8,6%	2,83	1,9%
dont Vallée de la Loire	320	10,1%	6,9%	106,9	12,9%	12,1%	3,34	4,9%
dont Languedoc Roussillon	119	3,8%	0,3%	28,8	3,5%	2,9%	2,42	2,7%
dont Sud Ouest	115	3,6%	6,1%	44,9	5,4%	8,1%	3,89	2,0%
dont Provence Corse	163	5,2%	0,2%	55,1	6,6%	10,3%	3,37	10,1%
dont Alsace	94	3,0%	-0,4%	49,8	6,0%	1,9%	5,28	2,3%
dont Beaujolais	45	1,4%	4,5%	20,0	2,4%	-0,5%	4,48	-4,7%
dont Bourgogne	64	2,0%	0,9%	40,3	4,9%	6,9%	6,28	5,9%
Vins de Pays régionaux	597	18,9%	33,8%	123,9	14,9%	33,1%	2,08	-0,5%
Vins de Pays de département	411	13,0%	-4,1%	55,8	6,7%	0,3%	1,36	4,5%
Vins de Pays de zone	97	3,1%	28,3%	22,9	2,8%	31,8%	2,37	2,7%
Vins de pays de cépage	628	19,8%	34,0%	130,5	15,7%	33,8%	2,08	-0,1%
Vins de pays sans cépage	477	15,1%	-0,9%	72,2	8,7%	5,2%	1,51	6,2%
Vins de table français	287	9,1%	1,8%	43,5	5,2%	4,8%	1,51	3,0%
VDPCE	226	7,1%	-1,6%	22,9	2,8%	3,0%	1,01	4,7%

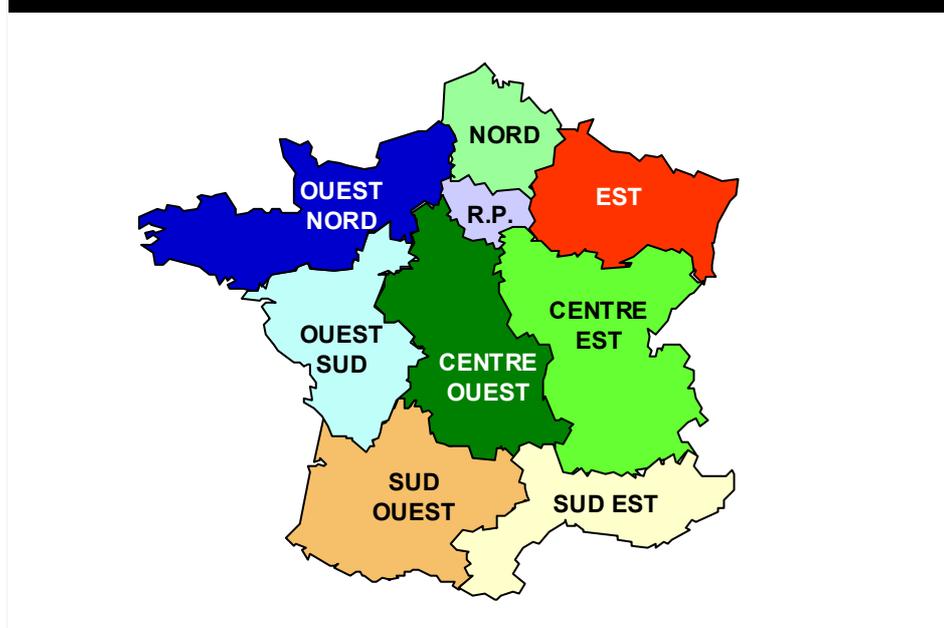
Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

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	9 426	-0,6%	3 278,0	3,2%	3,48	3,8%
NORD	980	-3,4%	356,5	-0,2%	3,64	3,3%
EST	798	-2,8%	296,6	1,7%	3,72	4,6%
REGION PARISIENNE	1 254	-2,1%	527,5	2,6%	4,21	4,7%
OUEST NORD	1 284	0,2%	440,6	3,7%	3,43	3,5%
OUEST SUD	1 042	3,0%	313,3	7,2%	3,01	4,1%
CENTRE OUEST	814	-0,4%	236,9	3,4%	2,91	3,8%
CENTRE EST	1 257	-0,7%	424,7	3,2%	3,38	3,9%
SUD OUEST	977	-0,1%	312,3	3,9%	3,20	4,0%
SUD EST	1 020	1,1%	369,4	4,7%	3,62	3,5%

Réalisation : ONIVINS d'après INFOSCAN (IRI FRANCE)

Définition des régions « panel »



Evolution du poids des MDD dans le linéaire vins tranquilles						
	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Parts de marché volume	31,6%	31,5%	31,5%	30,8%	31,3%	33,6%
Parts de marché valeur	25,4%	25,3%	24,3%	23,6%	23,9%	25,3%
Parts de linéaire	26,0%	25,0%	24,3%	23,0%	22,8%	23,3%

Réalisation : VINIFLHOR d'après INFOSCAN (IRI France)