

LP RCVRD 2013-2014 - Conférence du 11 avril 2014 -
Les enjeux de la commercialisation

Etude des stratégies commerciales des entreprises viti-vinicoles du Languedoc-Roussillon

Cartographie de l'offre et de la demande

Justine Lebrat
Maxence Batteux
Camille Renault

Pierre Perez
Alexandre Trincanato

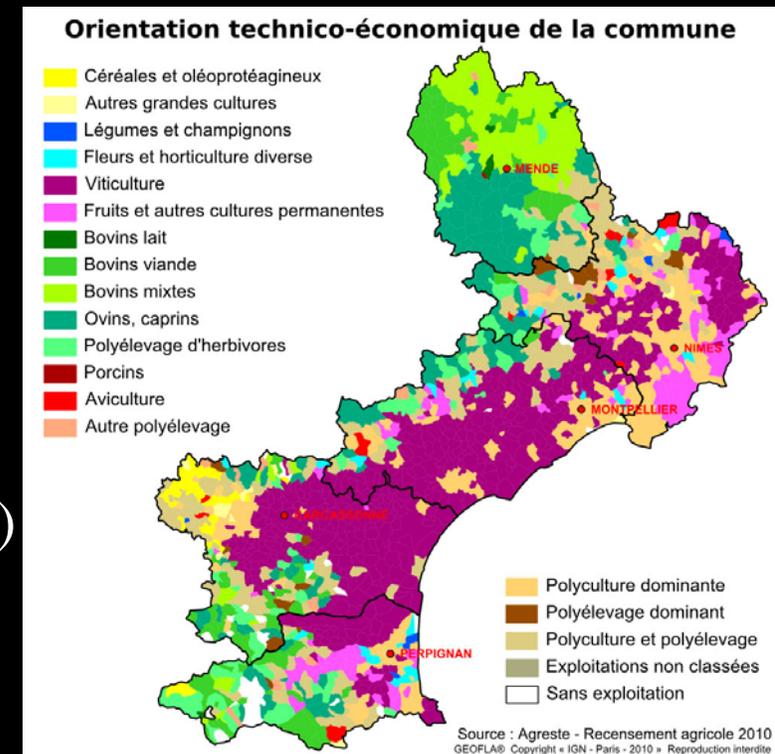


Plan

- Le vignoble
- La production
- Les appellations
- L'encépagement
- Les acteurs
- Les structures
- Les caves particulières
- Les caves coopératives
- Les négociants
- Les vins de marque
- Le marché du vrac
- La segmentation de l'AOC Languedoc
- Les consommateurs

Le vignoble

- 236 000 ha en 2012, contre 407 000 ha en 1979
- - 171 000 ha en 30 ans, stabilisation depuis 2 ans
- 1^{ère} vignoble de France (30% de la surface viticole nationale)
- 1^{ère} région viticole biologique de France (20 000 ha)
- Prépondérance de la viticulture (2/3 des agriculteurs sont des exploitants viticoles)

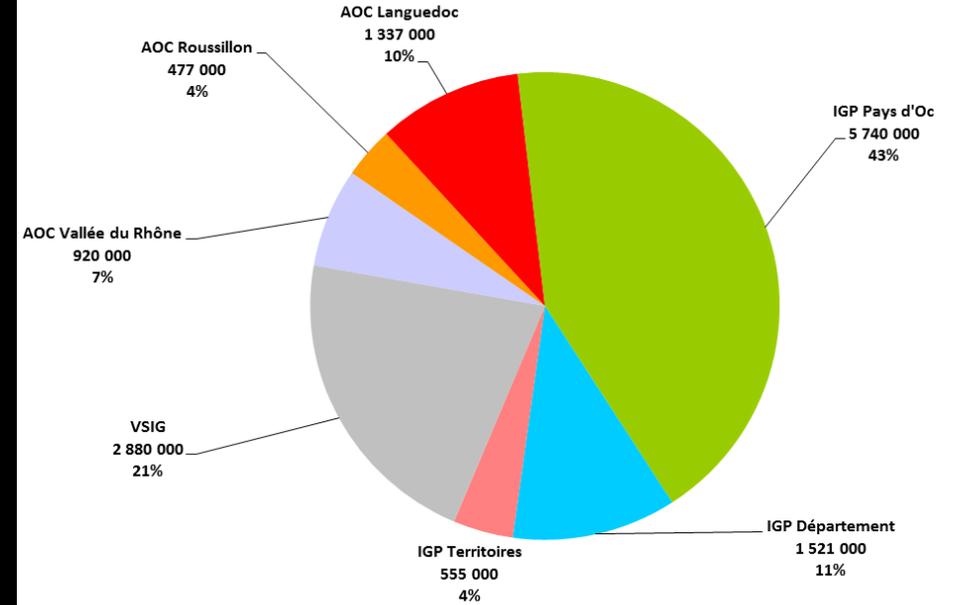


Production

- 13,5 millions hl en 2013 (32 millions en 1979)
- 12% de la production française AOP, 70% des IGP
 - 2,7 millions d'hl d'AOP 20%
 - 9,3 millions d'hl de vins IGP 69%
 - 1,5 millions de vins sans IG 11%
- Ventes par catégories
 - 21% en AOC
 - 58% en IGP
 - 21% en SS IG

➔ Déclassement des surfaces IGP en VSIG

Sorties de chais campagne 2012-2013
(dép 66-11-34 et 30)



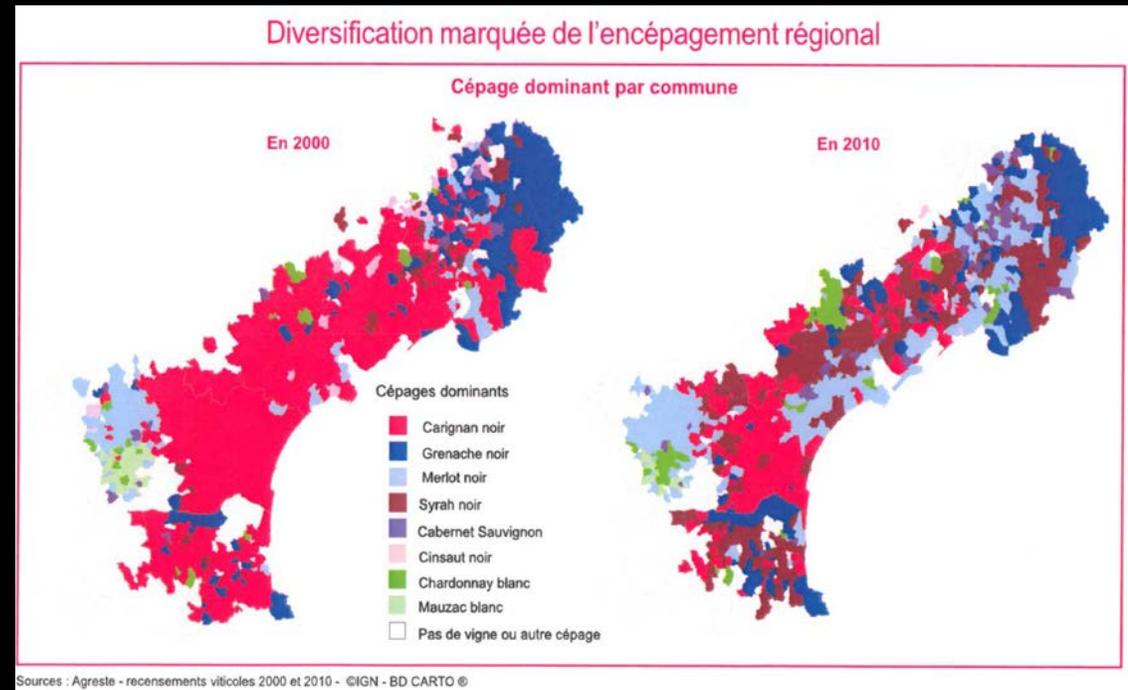
Les appellations

- Un nombre très important d'appellations
- 36 AOC
- + 12 AOC en Coteaux du Languedoc, avec dénomination village/terroir
- 18 IGP
 - IGP de département
 - IGP de territoire



L'encépagement

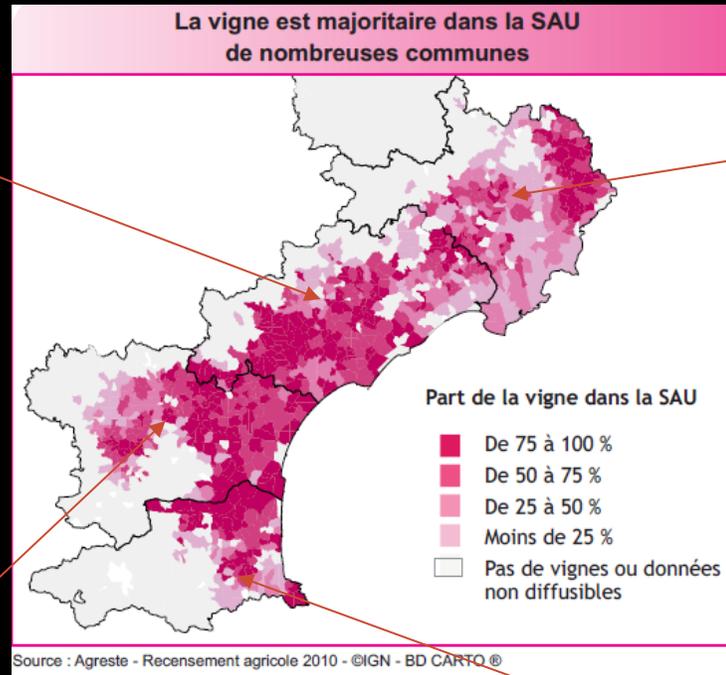
- Disparition de l'aramon, forte diminution du Carignan
- 40 000 ha de Syrah
- 38 000 ha de Grenache noir
- 32 000 ha Carignan
- 28 000 ha de Merlot noir
- 18 000 ha de Cabernet-Sauvignon
- 12 000 ha de Chardonnay



Une région aux visages différents

Hérault: 85 000 ha
5,7M hl en 2013
72% de ses vignes en
IGP, 22% en AOP

Aude: 68 000 ha
3,9M hl en 2013

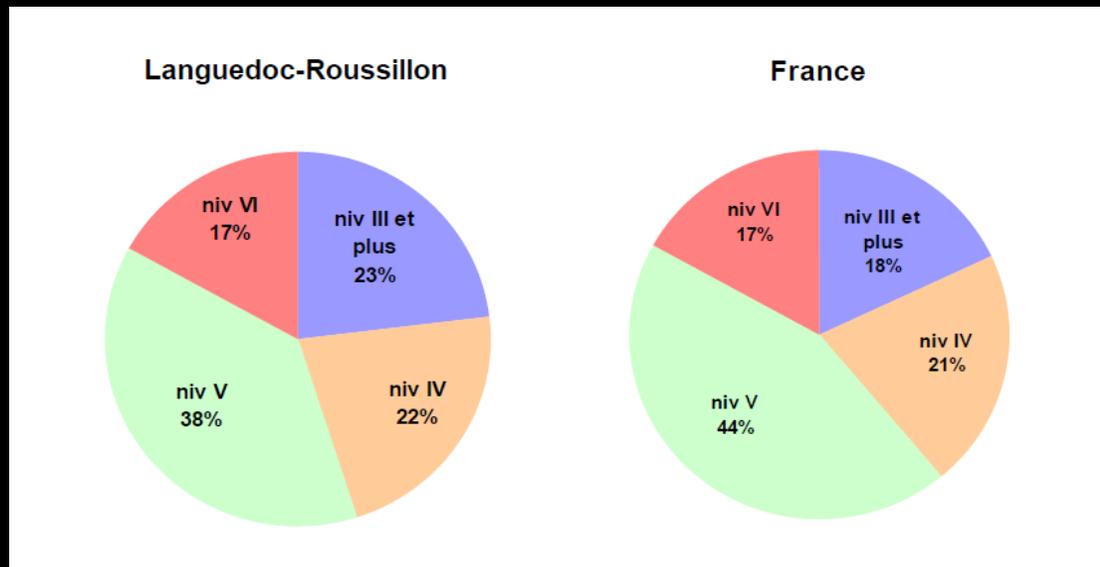


Gard: 58 000 ha
3,15M hl en 2013

Pyrénées-Orientales:
25 000 ha
750 000 hl en 2013
82% des vignes en AOP

Les acteurs

- Moyenne d'âge des exploitants:
 - en cave particulière: 47% ont entre 30 et 50 ans
 - en cave coopérative: 36% ont entre 30 et 50 ans
- Niveau de formation des exploitants



55% niveau collège et BEP-CAP
22% niveau Bac
23% niveau minimum Bac+2

Les structures

- 20 000 exploitations viticoles (vinifiant en coopératives et/ou caves particulières), 25% des exploitations viticoles françaises
- 100 000 emplois directs ou indirects en région



1ère activité économique de la région Languedoc-Roussillon

- 2 900 caves particulières (30% de la production)
- 200 caves coopératives (70% de la production)
- 150 Maisons de négoce

Les caves particulières,

*des exploitations plutôt grandes
et qui comptent économiquement.*



2900 caves
particulières

- Exploitations
- *petites*: 14%
 - *moyennes*: 44%
 - *grandes*: 42%

Production:
3,2 millions hl

Caves particulières

59% négoce et
grossistes, 33% vente
directe, 5% CHR et
caviste, 2,5% GD

45% des surfaces
revendicables en AOP,
28% vinifiées

Chefs d'exploitation
plus jeunes

50% des surfaces
revendicables en IGP,
62% vinifiées

Les caves coopératives

*8 exploitants sur 10 vinifient tout ou partie
de leur vendange en cave coopérative*



200 caves en 2012
510 en 1990



150 fusions-acquisitions
dans les années 2000

Production:
*70% de la production
régionale*

Caves coopératives

Age des exploitants
plus élevé

1/3 des surfaces
revendicables en AOP,
17% vinifiées

63% des surfaces
revendicables en IGP,
77% vinifiées

Les négociants



150 négociants

Achètent 80% de la
production en vrac

Les groupes coopératifs:
*Foncalieu, Vignerons
catalans, Sieur d'Arques,*

Négociants

**Les négociants
distributeurs:**
Prodis, Fiée des Lois

**Les négociants
conditionneurs:**
Bessières (Bonfils)

**Les négociants
producteurs:**
*Paul Mas, Gérard Bertrand,
LGI, Mont Tauch*

Les négociants et les vins de marque

- Skalli (racheté par Boisset) : Fortant de France
- Castel: Roche Mazet (30,7 millions cols)
- Jeanjean: La Croix Jeannel
- Vranken-Pommery: Listel (8,1 millions cols)
- Paul Mas: Arrogant Frog

- Politique de vins IGP avec mention cépage

- Conservation des AOC → 2 millions de cols en AOC vendus en GD en 2011

Le marché du vrac 2012-2013

VSIG avec mention cépage cépage

- rouge/rosé: 421 000 hl (65%) **+29%**
- blanc: 234 000 hl (46%) **+70%**

IGP avec mention cépage cépage

- rouge/rosé: 3,8M hl (89%) **-1%**
- blanc: 1M hl (80%) **+15%**

AOP

Les prix stagnent mais on manque de volumes

Sorties de chais: - 2,8% entre 2011-2012 et 2012-2013

VSIG sans mention

- rouge/rosé: 1,17M hl (68%) **+26%**
- blanc: 257 000 hl (35%) **+94%**

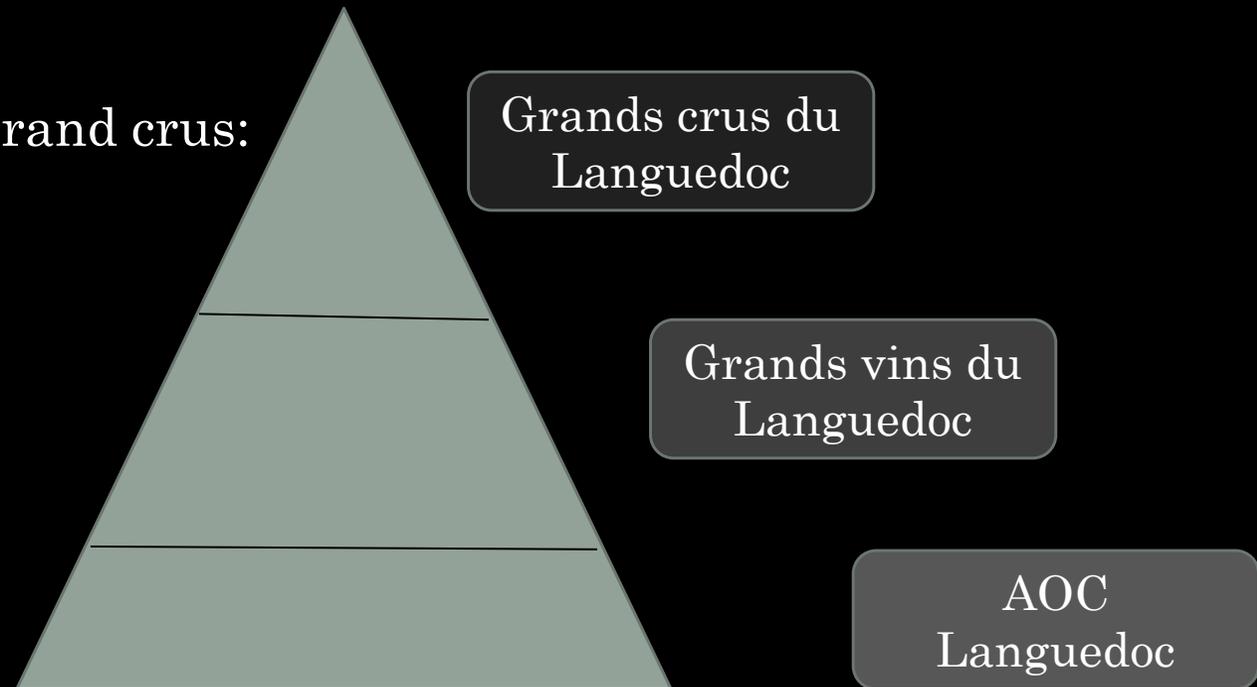
IGP sans mention

- rouge/rosé: 1,29M hl (64%) **-10%**
- blanc: 119 000 hl (39%) **+4%**

Rôle dominant de l'IGP dans le marché du vrac

La segmentation par le haut de l'AOC Languedoc

- Restructuration débutée en 2010
- Meilleure compréhension et visibilité pour les acheteurs nationaux et export
- Cahier des charges encore + restrictif
- 4 appellations classées en Grand crus:
 - Minervois La Livinière
 - Corbières-Boutenac
 - Saint-Chinian Berlou
 - Saint-Chinian Roquebrun



Les consommateurs



Les consommateurs

- 8 Français sur 10 ont consommé un moins une fois du vin dans l'année
- Il achètent leurs vins:
 - 61% en Grande Distribution
 - 18% chez le producteur
 - 16% chez le caviste/CHR
- 57% des français perçoivent l'achat de vin comme un achat plaisir.

Evolution des habitudes d'achats

- Montée en gamme des vins du Languedoc Roussillon:
 - augmentation de 11% en valeur en GD
 - augmentation de 25% en volume des cols supérieurs à 5€ et +

Evolution du comportement du consommateur

Les « amateurs » (10%) ———→ CSP ++

- 90% des acheteurs disent ne pas s'y connaître



- Solutions:

- Création de marques commerciales (Négociants)
- Mise en place de marques de distributeur (Enseignes de grande distribution)
- Clarification de l'offre des AOC



Quel est donc le meilleur repère pour le consommateur de vin?

Le cépage?

L'AOC?

La marque?



Merci de votre attention