

Segmentation et dynamique du marché des vins rosés en France

IX. Colloque Oenométrie, 31 mai – 1^{er} juin 2002, Montpellier, France

Etienne Montaigne

Professeur de l'Economie,

AGRO-Montpellier, Département de Sciences Sociales et Gestion,

2, place Viala, 34060 Montpellier Cedex 2, France

E-mail : etienne.montaigne@ensam.inra.fr

Diana Sidlovits

Ingénieur Agronome, doctorante,

AGRO-Montpellier, Département de Sciences Sociales et Gestion,

2, place Viala, 34060 Montpellier Cedex 2, France

E-mail : dianasidlovits@hotmail.com

RESUME

Cette communication analyse les caractéristiques du marché des vins rosés en France, selon les catégories qualitatives réglementaires, avec une attention particulière pour le plus important des vins de Pays de zone, celui des Sables du Golfe du Lion (VPSGL). A partir des statistiques de production et des données de Panel, notre objectif est de mieux cerner la structure du marché, d'évaluer son potentiel et de situer les Vins des Sables dans l'univers des rosés. Nous analysons les tendances des volumes et des prix sur la dernière décennie. Ainsi, en France, dans un marché globalement en régression, le rosé est un produit en croissance tant en volume qu'en valeur. La part de marché des rosés est passée de 10,8 % à 15,9 % en 10 ans, résistant clairement à la crise viticole récente. Les AOC et les VDP rosés se développent, tandis que les VDT rosés suivent la tendance générale à la baisse de l'ensemble de la catégorie. Au sein de la production nationale, le marché reste dominé par les régions du Sud avec la Provence comme leader, où on note une croissance de la production, complétée par les VDP de zones de la Méditerranée. Sur dix ans, les prix des vins rosés ont enregistré une progression favorable mais avec une dispersion plus réduite que pour les autres catégories. Les prix des VPSGL se positionnent de plus en plus dans le haut de gamme de leur catégorie, se rapprochant des AOC Provence. Enfin, au regard de la consommation, le marché des rosés présente un caractère saisonnier avec un pic estival. Toutefois la conquête de nouveaux consommateurs : les jeunes, les femmes et les néophytes, remet en cause cette tendance et un début de la désaisonnalisation apparaît. Quelques hypothèses explicatives sur l'organisation contractuelle et la dynamique réglementaire sont proposées.

Segmentation et dynamique du marché des vins rosés en France

IX. Colloque Oenométrie, 31 mai – 1^{er} juin 2002, Montpellier, France

Etienne Montaigne - Professeur de l'Economie, AGRO-Montpellier, Département de Sciences Economiques, Sociales et de Gestion, 2 place Viala, 34060 Montpellier Cedex 2, France
E-mail : etienne.montaigne@ensam.inra.fr

Diana Sidlovits - Ingénieur Agronome, doctorante, AGRO-Montpellier, Département de Sciences Economiques Sociales et de Gestion, 2 place Viala, 34060 Montpellier Cedex 2, France
E-mail : dianasidlovits@hotmail.com

INTRODUCTION

L'objectif de notre communication est d'analyser les différents segments et les tendances du marché des vins rosés en France, selon les catégories qualitatives réglementaires, avec une attention particulière au plus important des vins de Pays de zone, celui des Sables du Golfe du Lion (VPSGL). Cette catégorie de produits a souvent été perçue comme accessoire ou élaborée selon les opportunités du marché et était considérée, à juste titre d'un point de vue technologique, comme un sous-ensemble des vins rouges. Toutefois, lorsque l'on y regarde de plus près, elle apparaît comme un marché en expansion face à l'érosion de la consommation nationale des vins.

Ce travail vise donc à mieux cerner la structure du marché des vins rosés, à évaluer son potentiel et à situer les Vins des Sables dans l'univers des rosés. Après avoir précisé la méthodologie, nous présenterons les tendances des marchés des rosés à la production, selon les différents segments, les évolutions des volumes et des prix sur la dernière décennie dans la grande distribution.

METHODOLOGIE

Notre travail utilise deux sources statistiques principales : (1) les données de production et les informations sur les volumes et les prix, extraits des contrats de vente enregistrés par l'ONIVINS, au niveau de la première mise en marché, au stade de gros, (2) les données issues du Panel INFOSCAN de la société IRI-SECODIP pour analyser les caractéristiques du marché des rosés dans la grande distribution.

Notre étude a rencontré quelques limites statistiques que nous pouvons rappeler. Comme produits secondaires, en effet, les vins rosés étaient comptabilisés avec les vins rouges. De fait, les trois couleurs ne sont distinguées dans les statistiques que depuis 4 ans. De même, les ventes en bouteille et les ventes directes à la propriété ainsi que les ventes dans le circuit des Cafés, Hôtels, Restaurants ne sont pas suivies par les statistiques ONIVINS. Le Panel de la grande distribution enregistre les sorties de caisse d'un échantillon national représentatif de l'ensemble des hypermarchés et des supermarchés mais, par contre, le hard-discount en est exclu. De plus, la société a changé la méthodologie du panel en 1994 ce qui fait apparaître une rupture dans toutes les séries chronologiques. Enfin, les données des exportations de rosés ne sont pas connues précisément car elles sont incluses dans celles des vins rouges. Ce sont principalement les analyses des tendances d'évolution des volumes et des prix qui fournissent les informations les plus fiables pour décrire la segmentation et la dynamique des marchés des vins rosés en France.

RESULTATS

1. L'évolution du marché rosé

L'observation, sur 10 ans, du marché des vins en France par couleur, fait apparaître un recul significatif de la part des vins rouges qui perdent 9 points (77,8% en 1990 ; 69,1% en 2000). A l'opposé on observe une croissance parallèle des blancs et des rosés, ces derniers dépassant les vins blancs à partir de 1995.

Dans un marché globalement en régression de 18 % (graph. 1), la croissance des volumes des vins rosés en valeur relative (de 10,8% à 15,9% de parts de marché) cache une évolution encore plus nette en valeur absolue (+ 20%). Les tendances de la part de marché des différentes

catégorie de couleur sont estimées par les régressions linéaires qui montrent clairement la chute des vins rouges (- 0,86 % / an) et l'augmentation des vins rosés (+ 0,51 % / an) supérieure à celle des vins blancs (+ 0,36 % / an).

Dans ce contexte, c'est « l'effet qualité », perçu par les catégories réglementaires, qui prime pour toutes les couleurs. Tous les vins de tables régressent au profit des vins de pays et des VQPRD. Dans le cas des rosés, le phénomène est identique mais dans des proportions différentes à savoir que les vins de pays et les VQPRD rosés ont le même niveau de production et quasiment la même évolution, à l'opposé des vins de pays rouges qui sont moins « dynamiques » que les VQPRD rouges. Cette spécificité des rosés est principalement liée à la nature même du produit et de ses marchés : gamme moins large, produit plus saisonnier, moins différencié, mais également aux progrès qualitatifs et commerciaux des vins de pays de petite zone (Sables du Golfe du Lion) et des vins de cépages (Vins de pays d'Oc).

2. La production nationale dominée par les régions du Sud

Au sein de la production nationale, le marché des rosés est dominé par un petit nombre de régions du Sud de la France avec la Provence, comme leader, suivie par les VDP du Var, de l'Ile de Beauté et les Vins de Pays des Sables du Golfe du Lion.

Les vins rosés d'Appellation d'Origine Contrôlée représentent les produits de référence. Parmi l'ensemble des régions de cette catégorie (Provence, Anjou et Loire, Aix en Provence, Bordeaux, Tavel), la Provence domine avec une production en croissance. Cette région regroupe neuf appellations avec une production totale de 1,2 millions hl (en 2000). Avec 75% de vin rosé, elle représente 45% des AOC rosés françaises. Les autres régions présentent des volumes plus réduits où les rosés sont des produits complémentaires de l'ensemble des rouges ou des blancs plus réputés et souvent positionnés dans le haut de gamme des VQPRD.

La production de l'ensemble des vins de pays a progressé d'1/3 au cours les dix dernières années, passant de 8 à 12 Mnhl. Le segment des vins rosés a suivi la même tendance, passant de 0,845 à 1,13 Mnhl. Les rosés représentent 17% de la production totale des VDP toutes catégories confondues. En tendance, la proportion de vins rosés n'est pas stable : en effet, les années de forte récolte, la part des rosés s'accroît dans la production et à l'inverse, se réduit lors des petites récoltes. Le rosé semble être un produit « de débouché », plus facile à écouler les années de forte récolte. Une autre interprétation, de nature technologique, mais non vérifiable globalement serait la recherche d'une amélioration de la couleur des vins rouges ces années de forte récolte, donc plus « diluées », en extrayant l'essentiel de la couleur sur une partie réduite de la cuve, après avoir prélevé une partie du moût pour élaborer « un rosé de saignée ».

La structure des vins de pays rosés par type de zone (départementale, régionale et locale) s'est profondément modifiée tout au long de la période avec une augmentation significative des VDP régionaux. Cette situation s'explique par le développement des vins de cépage (vins de pays d'Oc, vins de pays du jardin de la France). Les vins de pays de petites zones qui correspondent historiquement à l'aire de production d'un groupement de producteur, restent plus stables que les VDP départementaux qui ont subi une régression sur la période récente.

La région des Vins des Sables, avec la production relativement stable, autour de 180 milles hl dont plus que 80% est rosé, représente environ 6% de la production nationale des vins rosés, 15% dans la catégorie des VDP rosés et elle est la plus importante parmi les dénominations locales de VDP suivie plus loin par les VDP du Var et de l'Ile de Beauté.

3. Les prix des vins rosés évoluent favorablement

Au niveau de la première mise en marché, nous ne disposons des prix des vins rosés que depuis cinq ans. Nous pouvons d'abord observer la hiérarchie des rosés où les Côtes du Rhône rosés se valorisent le mieux, suivis de Côtes de Provence et de l'Anjou. Mais ce sont les VPSGL qui dominent en prix la catégorie des vins de pays.

Pendant cette période récente, l'évolution des prix des Côtes du Rhône montre une tendance opposée à celle des Côtes de Provence. Les Vins des Sables se sont maintenus à un niveau supérieur à celui des VDP rosés grâce à un partenariat original sur la zone entre les coopératives de producteurs, les caves particulières et le duopole de mise en marché, basé sur une

politique de qualité contractuelle et une formule d'indexation des prix permettant une coordination verticale dans le cadre des contrats de long terme. Cette coordination verticale, qui touche 52 % de la production de la région, permet d'amortir les fluctuations des prix. De même, elle contribue à la croissance des prix et à leur stabilisation au niveau plus élevé que celui des VDP rosés en général. Cette stabilité permet un investissement au vignoble d'une part et, d'autre part, un développement commercial (marque, publicité) qui contribue au positionnement des produits dans le haut de gamme au sein de cette catégorie.

Sur cette période, l'écart de prix entre les Côtes de Provence et les Vins des Sables est passé de 80% à 30%. Cet indicateur reflète la bonne valorisation des Vins des Sables et la concurrence croissante entre les deux produits. Il éclaire également une stratégie de croissance de la firme Domaines Listel, opérateur important sur les deux régions, qui réalise ainsi une économie d'envergure en jouant tant sur la marque que sur l'appellation.

Au niveau *des prix de la grande distribution*, nous observons la même hiérarchie de façon plus détaillée. Ce sont les régions productrices de petits volumes de rosés d'Appellation qui arrivent en tête : Tavel, puis plus loin, Bordeaux et le Sud-Ouest, suivent la vallée du Rhône, la Provence et le Languedoc. Les rosés de Loire et la Costière de Nîmes ont la plus faible valorisation parmi les AOC avec lesquels les prix des Vins des Sables coïncident (18.46 F/l ; graph. 2).

Avec ce niveau de prix, les VPSGL sont les mieux positionnés dans les GMS parmi les VDP, suivis des vins de pays d'Occitanie puis, plus loin, apparaît la Provence et la Corse, avec les vins de pays du Var et ceux de l'île de Beauté. Ces produits complètent les rosés d'appellation de ces régions. Les vins de pays rosés du Gard viennent compléter l'AOC Costières de Nîmes. Les vins de pays de département de l'Aude et de l'Hérault sont très proches des vins de table et même au-dessous de ces derniers (8,37 F/l) pour les vins de pays rosés de l'Aude (7,88 F/l).

L'évolution des prix des rosés a été favorable en moyenne sur dix ans. Ce sont les prix des VDT qui ont évolué le plus faiblement et se sont dégradés depuis 3 ans. Les prix des vins de pays rosés ont eu une évolution quasi parallèle à ceux des VQPRD, mais à des niveaux différents (-0,86 % / an). Les prix des VQPRD rosés ont progressé de 16% et ceux des VDP rosés de 11% sur la même période.

Du point de vue de la dispersion, l'observation des écarts de prix montre bien une évolution beaucoup plus différenciée pour les rouges que pour les rosés. Globalement, le prix des VQPRD rouges augmente beaucoup plus vite que celui des VDP rouges. A l'opposé l'écart entre le prix des VQPRD rosés et des VDP rosés progresse beaucoup moins. On peut constater ici l'effet du resserrement de la gamme rosé.

4. Les caractéristiques de la consommation

Le marché du rosé est fortement saisonnier avec un pic de consommation en été. Cette caractéristique est en train d'évoluer depuis 7 ans avec une demande grandissante en dehors de la saison estivale, mais la consommation des rosés montre toujours une forte corrélation avec les conditions météorologiques.

De nouveaux consommateurs apparaissent : les jeunes, les femmes, les néophytes, les consommateurs festifs. Le rosé devient de plus en plus un vin plaisir ainsi qu'un vin consommé avec les nouvelles habitudes alimentaires : fast food, pizzeria, cuisine exotique. Ces changements sont favorables à la désaisonnalisation. Cette tendance, en phase avec le développement du mode de consommation occasionnelle observé depuis 20 ans par l'INRA, peut expliquer également cette évolution à contre courant de celle de l'ensemble du marché du vin en France.

CONCLUSION

Notre étude montre qu'en France, le rosé est un marché en croissance tant en volume qu'en valeur dans un marché du vin globalement en régression. Ce sont principalement les vins de qualité et les VDP rosés qui se développent tandis que les VDT rosés ont subi une perte de marché et suivent la tendance générale à la baisse de l'ensemble de la catégorie.

Au niveau des prix, les vins rosés ont évolué favorablement mais avec une dispersion plus réduite que pour les autres couleurs notamment pour les rouges. Les prix des VPSGL se sont

progressivement positionnés dans le haut de gamme de leur catégorie en se rapprochant des AOC Provence, grâce à l'organisation contractuelle du partenariat entre les acteurs qui incite au progrès qualitatif des produits.

Enfin, au niveau de la consommation, nous avons constaté une mutation avantageuse sur le marché des rosés, fortement saisonnier avec un pic estival, à savoir l'apparition d'une tendance à la désaisonnalisation avec des nouveaux consommateurs et la modification des comportements.

