



Comité  
National  
des Interprofessions  
des Vins à appellation  
d'origine et à indication  
géographique

# COMMISSION ÉCONOMIE

## 9 ET 10 DÉCEMBRE 2021



# ORDRE DU JOUR

JEUDI 9 DÉCEMBRE 2021

- Organigramme équipe FranceAgriMer
- Tour de table économique des interprofessions
- Bilan des outils en CHR (Relevés d'offres et panel Grossistes et Cash & Carry) et Cavistes (Relevés d'offres)
- AO 2022 – 2025 - Présentation des offres retenues (panels distributeurs et consommateurs)
- Calendrier prévisionnel 2022
- Point sur les dossiers / questions diverses

VENDREDI 10 DÉCEMBRE 2021

- Présentation des chiffres économiques du BNIC
- Présentation faisabilité observatoire des vins + questions
- Indice de digitalisation de la filière et autres travaux de Vin & Société
- Echange sur le tableau de bord des interprofessions
- Présentation d'exemples de valorisation des études : RO CHR (Fanny Gautier) et RO Cavistes (Frédéric Dupray)





Comité  
National  
des Interprofessions  
des Vins à appellation  
d'origine et à indication  
géographique

JEUDI 9 DÉCEMBRE

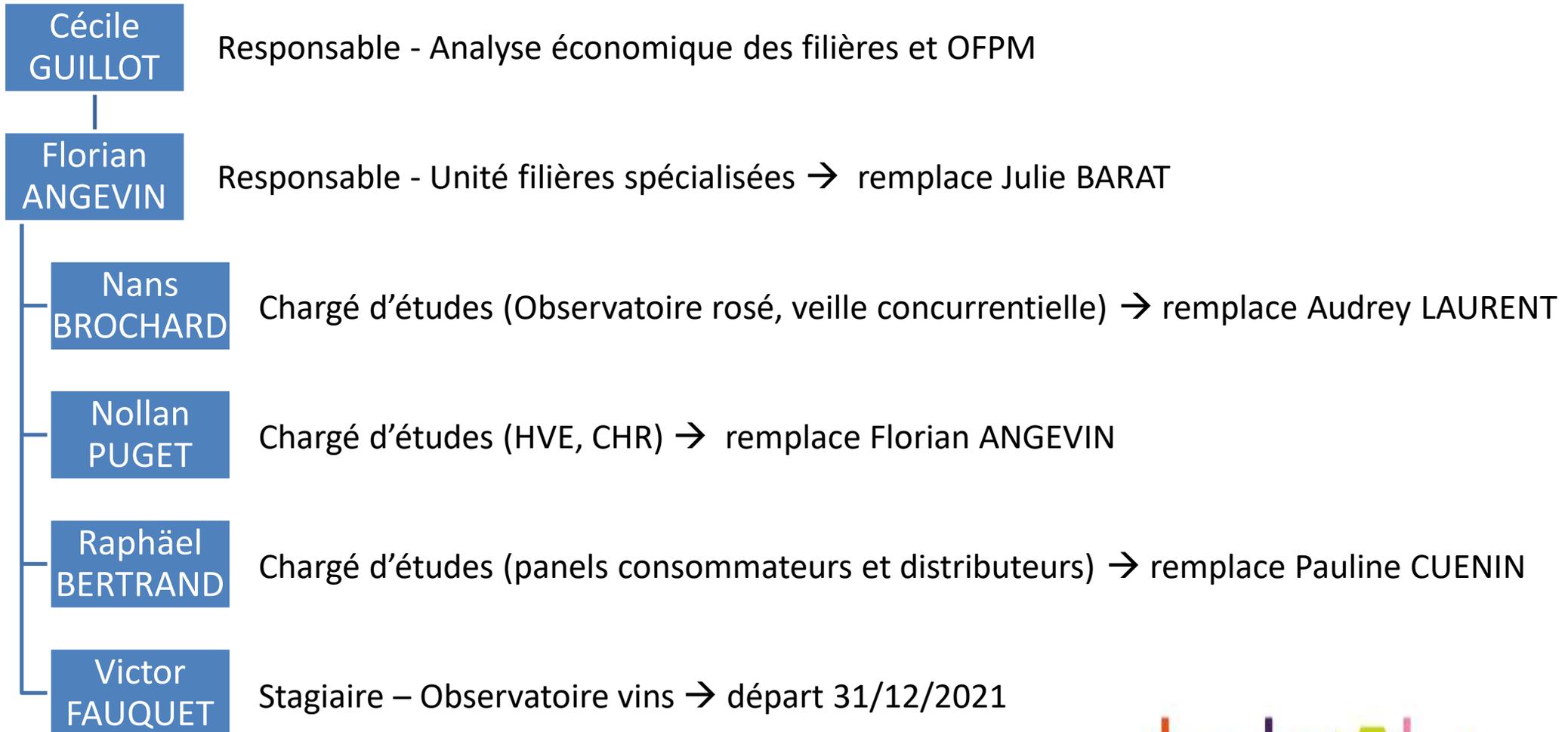
14H00-18H30



# PARTICIPANTS

Interprofessions	FranceAgriMer	CNIV	Autres organisations
Brice AMATO (CIVP)	Florian ANGEVIN (FAM)	Nine BROUSSE (CNIV)	Pierre GENEST (FEVS)
Olivier BADOUREAUX (CIVJ)	Nans BROCHARD (FAM)	Ségolène CAMUSET (CNIV)	
Roxane CADEIL (CIVR)	Victor FAUQUET (FAM)	Didier DELZESCAUX (CNIV)	
Magali DUBEAU (CIVB)	Nollan PUGET (FAM)		
Frédéric DUPRAY (BIVB)			
Alice FROMENT (CIVC)			
Fanny GAUTIER (InterLoire)			
Anaëlle JORET (InterBeaujolais)			
Philippe LONGEPierre (BIVB)			
Marie SEYER (CIVA)			
Dominique TOILLON (Inter Rhône)			

# ORGANIGRAMME FAM - UNITÉ FILIÈRES SPÉCIALISÉES





# TOUR DE TABLE ÉCONOMIQUE DES INTERPROFESSIONS

Les différentes interprofessions présentent leurs chiffres clés.  
Les présentations sont disponibles [ici](#).

Les comités qui n'ont pas encore déposé leurs présentations sont également invités à les ajouter en utilisant le lien ci-dessus.



# BILAN OUTILS – CIRCUITS SPÉCIFIQUES

Des sondages ont été envoyés et analysés afin d'évaluer la pertinence, l'utilisation et les points d'amélioration des outils suivants :

- Relevés d'offres Cavistes (anciennement XJ Analyses et Décisions, depuis 2021 : Symetris) – 7 participants
- Relevés d'offres CHR (Symetris) – 8 participants
- Panel Grossistes et Cash & Carry (GIRA) – 8 participants

Il apparaît important de bâtir un plan de travail au regard des ces enseignements.



# BILAN OUTILS – ATTENTES VS. CIRCUIT CAVISTES

## 1. QUANTIFIER LES DONNÉES CIRCUIT / POSITIONNEMENT CONCURRENTIEL

- Vision sur l'offre disponible
- Au total et par AOP / groupes d'AOP : poids des ventes du circuit (vol, CA), répartition géographique des ventes, prix moyens, distribution volume & valeur
- Environnement concurrentiel : positionnement prix AOP, volumes
- Évolutions de ces indicateurs

## 2. IDENTIFIER LES LEVIERS DE CROISSANCE SUR CE CIRCUIT

- Fonctionnement du circuit / approche commerciale : type d'intervenants, évolutions circuit (approvisionnement, digitalisation), outil d'analyse dynamique sur les mouvements de commercialisation
- Attentes consommateurs : besoins et occasions associées à l'achat d'un type de produit, perception des attentes (vs. filière, IP, professionnels, produits, formats)
- Tendances produit / packaging / certifications

## PRINCIPALES DEMANDES DES RESSORTISSANTS

1. Données quantitatives (volume, prix) au total et par AOP
2. Niveau de détail sur les types de produit et la géographie
3. Evolutions et perspectives



# BILAN OUTILS – RELEVÉS D’OFFRES CAVISTES

AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vision circuit sur l’angle de l’offre : donne une mesure de notoriété des AOP, vision gammes de produits par vignoble</li><li>• Positionnement prix des produits</li><li>• Relevé à la référence précis et exhaustif (part d’offre AOP, format, prix, zone géographique)</li><li>• Bonne couverture géographique</li><li>• Suivi des évolutions (en gardant les mêmes géographies)</li><li>• Possibilité de vérifier les données</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Pas de données ventes (volume et CA) et prix moyen</b></li><li>• Difficulté des relevés en magasin</li><li>• Taille échantillon → trop petit pour permettre une analyse plus fine</li><li>• Visualisation des données à améliorer : suggestion d’un outil plus simple (données filtres / tableaux graphiques)</li></ul>

## VALORISATION DE L’OUTIL

Pas toujours valorisé

**Quand ?** Demandes ponctuelles ou analyse à la livraison des données

**Qui ?** Présentation interne ou intervention vignoble

**Comment ?** PPT, fiches de synthèses



# BILAN OUTILS – OUTILS ALTERNATIFS ENVISAGÉS CAVISTES

## OUTILS ALTERNATIFS ENVISAGÉS

- **Panel de vente** chez les cavistes
  - Difficulté soulignée à monter ce type de panel
  - Données des structures commercialisant auprès des cavistes (comme en CHR)
- A défaut, commencer par un **panel de chaines ou une étude conjointe avec les fédérations** pour un échantillon plus large

## OUTILS COMPLÉMENTAIRES UTILISÉS / SUGGÉRÉS

- Enquêtes ponctuelles chez les cavistes pour quantifier les volumes vendus pour un vignoble
- Relevé interne spécifique (ex. Beaujolais Nouveau)
- Etudes ad hoc selon problématiques
- Ventes au caveau (récupération des données via un logiciel de DRM / possibilité de contacter le fournisseur de logiciel)



# CONCLUSIONS – OUTIL CAVISTES

Sur le circuit Cavistes, les principales demandes sont :

1. D'obtenir des informations quantitatives sur les volumes et prix pratiqués par types de produits / AOP et zones géographiques
2. De mieux comprendre les leviers de développement et attentes consommateurs

Les relevés d'offres donnent des informations sur la présence des produits / AOP et leur niveau de prix par zones géographiques et constituent aujourd'hui la seule information disponible.

Les limites de ces relevés d'offres sont : de ne pas avoir d'informations en volumes, la difficulté de relever en magasin et le manque de fluidité dans la manipulation des données qui entraîne une difficulté à valoriser cette étude.

Dans l'idéal, il serait pertinent de construire un panel cavistes mais la difficulté et le coût sont soulignés.

A défaut, un panel de chaînes ou une étude conjointe avec les fédérations ou structures commercialisant auprès des cavistes peuvent être envisagés. La DRM peut également constituer un outil pertinent pour capter de la donnée.

Pour les données plus qualitatives sur les consommateurs et sur ce circuit, des études thématiques peuvent être envisagées.



# BILAN OUTILS – ATTENTES VS. CIRCUIT CHR

## 1. OBTENIR DES DONNÉES QUANTITATIVES

- Poids du circuit CHR pour une appellation, PDM et évolutions
- Vision AOP / groupe d'AOP / couleurs
- Carte de restaurants : nombres références et prix moyens
- Vision sur les niveaux de prix / prix moyens par catégories de produits
- Ventilation des ventes par zones géographiques
- Comprendre l'environnement concurrentiel (vins, vignobles)

## 2. À PARTIR DE CES DONNÉES : ÉLÉMENTS DE COMPRÉHENSION DU CIRCUIT POUR IDENTIFIER LES LEVIERS DE CROISSANCE

- Approvisionnement, digitalisation, livraison
- Éléments sur l'approche commerciale
  - Analyse dynamique des mouvements de commercialisation
  - Éléments qualitatifs : différents types d'intervenants, attentes vs. filière IP, packaging / produit
- Compréhension de la consommation : besoins, produits plébiscités par les consommateurs, moments de consommation

## PRINCIPALES DEMANDES DES RESSORTISSANTS

1. Données quantitatives par vignobles / AOP et types de produits (ex. couleurs)
  - volume
  - prix / gammes de prix
  - ventilation des ventes par zones géographiques
  - Évolutions
2. Cartes des restaurants : quelle offre pour quels consommateurs ?
3. Grandes tendances de marché et perspectives



# BILAN OUTILS – RELEVÉS D’OFFRES CHR

AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Éléments de cadrage : présence sur les cartes, part d’offre des vignobles</li><li>• Informations dynamiques sur les évolutions (sous réserve de relevés similaires)</li><li>• Données plutôt fiables et précises (prix, AOP / AOP, DN par AOP / IGP, régions, format)</li><li>• Possibilité de vérifier</li><li>• Permet d’obtenir des données sur les petites AOP peu visibles en GD et dans les douanes</li><li>• Info positionnement prix vignoble</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pas de données de vente (volume et CA)</li><li>• Taille échantillon limitée : ne permet pas d’affiner les analyses sur certaines petites AOP</li><li>• Faible présence du haut de gamme sur ce circuit</li><li>• Difficulté d’utilisation des BDD (dysfonctionnement, lourdeur), manque un outil simple de visualisation des AOP (filtres, tableaux graphiques)</li></ul>

## VALORISATION DE L’OUTIL

Pas toujours valorisé : manque de temps, difficulté à utiliser les BDD

**Quand ?** Analyse à la livraison des données ou demandes ponctuelles

**Qui ?** Majoritairement à destination des ressortissants, mais peuvent aussi faire l’objet de réunions internes

**Comment ?** PPT, fiches de synthèses fait à partir des BDD



# BILAN OUTILS – PANEL CHR GROSSISTES ET CASH & CARRY

AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Approche quantitative du CHR avec des données volume et valeur</li><li>• Base détaillée par AOC</li><li>• Bonne couverture de l'univers spécifique</li><li>• Mutualisation des données et moyens</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Couverture partielle à développer : B to B et 40% du marché</li><li>• Univers où le haut de gamme est peu représenté</li><li>• GIRA = seul prestataire capable de fournir la donnée</li><li>• Relation prestataire : suivi rigoureux nécessaire, peu d'analyse (les documents sont systématiquement retravaillés, délais de livraison (1 an))</li><li>• Mesures limitées : volume, valeur prix, mais pas de notions de présence (largeur de gamme, promotions, rotations)</li><li>• Saisonnalité de réception des BDD (ex. non prise en compte de la période de sortie des rosés)</li></ul>

## VALORISATION DE L'OUTIL

Pas toujours valorisé : manque de temps

**Quand ?** Analyse à la livraison des données ou demandes ponctuelles

**Qui ?** Majoritairement à destination des ressortissants, mais peuvent aussi faire l'objet de réunions internes (ex. AG)

**Comment ?** PPT, fiches de synthèses fait à partir des BDD



# BILAN OUTILS – OUTILS ALTERNATIFS ENVISAGÉS CHR

## OUTILS ALTERNATIFS ENVISAGÉS

- **Construction d'un panel plus général de vente en restauration**
  - Idéal, mais coûteux et compliqué à mettre en place (panel Sécopic, Kantar en 2000)
  - Méfiance des restaurateurs pour partager les données ventes → approche volumes par couleurs et formats ?
  - Travailler un échantillon dans chacun des vignobles puis mettre en commun pour suivi au national ?
  - Interrogation des opérateurs à la source ? Fédérations ?
- A défaut du panel de ventes en restauration : panel de vente des chaînes de CHR
- Complément d'enquête auprès des domaines : évaluer les ventes directes aux restaurateurs
- Collecte des cartes des vins sur le web

## OUTILS COMPLÉMENTAIRES UTILISÉS / SUGGÉRÉS

- Aucun outil
- Études ad hoc selon les problématiques : ex. étude directement auprès des cavistes, réception d'informations sur les volumes directement auprès des distributeurs
- Etude de présence via enquête CHD (ancien prestataire du CNIV)



# CONCLUSIONS – OUTILS CHR

Sur le circuit CHR, les principales demandes sont :

1. D'obtenir des informations quantitatives sur les volumes et prix pratiqués par types de produits / AOP et zones géographiques et, à défaut, d'avoir une vision de l'offre à la carte des restaurants
2. De mieux comprendre ce circuit dans son ensemble : approche commerciale, attentes consommateurs

Les deux outils répondent partiellement aux besoins :

- Les relevés d'offres donnent des informations sur la présence des produits / AOP et leur niveau de prix, du point de vue du consommateur, en revanche l'information sur les quantités reste inconnue. De plus, les données sont peu exploitées car la manipulation des données n'est pas fluide.
- Le panel CHR donne lui des informations fiables en volume mais sur un périmètre limité et du point de vue du distributeurs et non des consommateurs. De plus, l'analyse du prestataire est trop peu développée.
- L'approche commerciale et les attentes consommateurs ne sont pas couvertes par ces études

Les pistes de réflexions :

- Dans l'idéal : construction d'un panel restauration (point de vue consommateur)
- Compléments d'enquête sur la restauration commerciale
- Outil d'analyse dynamique de visualisation des données pour les RO (complément Excel, interface web – python)
- Envisager deux lots distincts pour le panel CHR : data et analyse
- Complément d'étude avec approche qualitative (consommateur, circuit)
- Utilisation de la DRM pour récupérer les données



# AO 2022-2025 – OFFRES RETENUES

- Panels distributeurs : France, All, UK, PB
- Panels consommateurs : France, Belgique, All



# AO 2022 – PANEL DISTRIBUTEUR FRANCE



- Concerne le suivi des ventes de vins
- **Prestataire retenu : IRI**
- Formation nouveaux utilisateurs 1<sup>er</sup> trimestre 2022, après cette période, formations payantes
- 2 présentations marchés, 2 synthèses faits marquants / an

	LOT 7 : IRI – France Vins tranquilles	LOT 8 : IRI France vins effervescents
<b>Budget 2022 (€ HT)</b>	<b>567 900 € = Budget CDC</b>	<b>38 830 € = Budget CDC</b>
<b>Budget 2021 (€ HT)</b>	567 900 € HT	38 900 € HT
<b>Licences</b>	40 licences (vs. 32 demandées), ILD	18 licences, PlusSuite
<b>Circuits</b>	Idem 2021	Idem 2021
<b>Nomenclature &amp; mesures</b>	Idem 2021 + suivi des labels bios + suivi des labels environnementaux et sans sulfites en 2022 → 1 <sup>er</sup> trimestre 2022 + marché adjacents : bières (détail par type), alcool (par sous-segment) TB vins sans alcool 4 fois / an Budget supplémentaire pour bases cépages (25 300 € HT) et AOP Bordeaux / Alsace (3 440 € HT)	Idem 2021 Suivi des labels Bio
<b>Historique</b>	Historique à 5 ans sur ILD Bases historiques maintenues depuis 2009 (HMSM)	Jusque 2013. Historique antérieur = + 60%
<b>Tranches de prix</b>	250 lignes TDP (vs. 233 à date) ; ligne supplémentaire 395 € / ligne	20 lignes TDP : ligne supplémentaire 397€/ligne

# AO 2022 – PANELS DISTRIBUTEURS ÉTRANGERS (ALL, UK, PB)



- Concerne le suivi des ventes de vins
- **Prestataire retenu : IRI**
- Nombre licences : 32 utilisateurs, sur la base PlusSuite
- Formation nouveaux utilisateurs 1<sup>er</sup> trimestre 2022, après cette période, formations payantes
- Passage de 6 livraison à 4 livraisons annuelles (P4, P6, P9/P10, P13)
- Passage de 2 présentations à 1 présentation annuelle + livraison des faits marquants à mi-année
- 20 lignes TDP, en option : ligne supplémentaire = 397 € HT
- Pas de vision sur les labels



	LOT 1 : IRI - Allemagne	LOT 3 : IRI UK VT	LOT 4 : IRI UK VEFF	LOT 5 : IRI PB
<b>Budget 2022 (€ HT)</b>	<b>79 455 €</b> vs. 80 000 € CDC	<b>106 850 €</b> = Budget CDC	<b>23 753 €</b> vs. 24 000 € CDC	<b>89 600€</b> vs. 92 000 € CDC
<b>Budget 2021 (€ HT)</b>	91 253 € HT	96 800 € HT	26 000 € HT	82 000 € HT
<b>Circuits</b>	Idem 2021. Pas de vision LIDL, Norma (26% du marché).	<b>Ajout de la vision par circuit (BWS)</b> en plus de la vision par enseignes (Major Multiples)	Vision Major Multiples = demandé au CDC	<b>Intégration du circuit Liquor store et du online des enseignes de supermarchés</b>
<b>Nomenclature &amp; mesures</b>	Idem 2021 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totaux vignobles par couleur à créer par les IP</li> <li>• Reporting spécifique VEff</li> </ul>	Idem 2021	Idem 2021	Idem 2021
<b>Prix base histo</b>	+ 60%	1230€ / an	1230€ / an	1230€ / an

# AO 2022 – PANELS CONSOMMATEUR



	LOT 9 : France	LOT 6 : Belgique	LOT 2 : Allemagne
<b>Budget 2022 (€ HT)</b>	210 000 € vs. 209 700 € CDC	57 000 € = Budget CDC	37 500 € vs. 30 000 € CDC
<b>Budget 2021 (€ HT)</b>	210 000 €	56 600 €	43 500 €
<b>Réponses offres</b>	<b>Kantar → Offre infructueuse Pas d'étude ad hoc dans la proposition Procédure relancée</b>	<b>GfK → Offre retenue</b>	<b>GfK → Offre infructueuse Hors Budget Procédure relancée</b>
<b>Type données</b>	Achats de vins (VT et VEff)	Achats de vins (VT et VEff)	Achats de vins (VT et VEff)
<b>Licences</b>		À définir avec le prestataire	
<b>Circuits</b>		Ajout du circuit e-commerce demandé → pas possible (niveau de pénétration insuffisant) Pas de détail sur la région Bruxelles (Wallons, flamands)	
<b>Nomenclature &amp; mesures</b>		Indicateur bio : uniquement pour le total marché vs. demandé sur les couleurs, segments, vignobles Pas d'info sur les labels environnementaux et sans sulfites	
<b>Historique</b>		5 ans (à clarifier avec GfK)	
<b>Livrables</b>		2 présentations	



Comité  
National  
des Interprofessions  
des Vins à appellation  
d'origine et à indication  
géographique

# CALENDRIER 2022



# Appels d'offres en cours



- **Panels :**

- Lot 9 et lot 2 → Procédure négociée lancée, retour de Kantar et GfK le 14.12 à 12h
  - 2 scénarios possibles à réception :
    - si les offres conviennent, rédaction de la grille d'analyse, procédure administrative et début du marché
    - Si les offres ne conviennent, négociation avec les cabinets
- Lots 1, 3, 4, 5, 6, 7 et 8 → Procédure en cours avant lancement du marché
- Début de marché provisoire 1<sup>er</sup> janv
  - Tour de table pour les licences et formations

# Etudes en cours



- **CHR – Quanti TO3 (année 4):**
  - Prévoir copil de lancement / prévision du planning TO3 : avril
  - Livrables normalement fin septembre 2022 mais d'après Gira, possibilité de les obtenir avant (juin/juillet ?)
- **CHR – RO TO1 (année 2 avec Symetris) :**
  - Avenant validé côté FAM
  - Prévoir copil de lancement de la TO1 : janvier
  - Phase de relevé février-juin 2022
  - Livrables octobre 2022

# Etudes en cours



- **Enquête quinquennale :**
  - Prévoir copil de « lancement » : fin janvier
  - Enquête mars-avril 2022 puis analyse des enquêtes
  - 1<sup>er</sup> résultats de l'enquête juin (tri à plat + croisé)
  - Ordre de service à faire entre avril et mai → déclenchement TO
  - Livrables finaux 6 mois max après déclenchement TO, 2 mois prévu dans l'offre → août/septembre

# Appel d'offre à lancer et reconduction 2022



- **E-Commerce cadrage + RO :**
  - Rédaction du CCP : janv / fév
  - Envoi du CCP à l'unité achat de FAM pour passation : mars / avril
- **CHR – Quanti + RO :**
  - Rédaction du CCP → proposition FAM en juin
  - Envoi du CCP à l'unité achat de FAM pour passation → septembre/octobre
- **Panel :**
  - ordre de service à transmettre au 31.10.2022
  - Validation du CNIV pour reconduire 1 mois avant

# Autres travaux CNIV-FAM 2022



- Poursuite du travail sur le lancement d'un observatoire tous vins
- Préparation du séminaire d'étude 2022

# CALENDRIER COMMISSIONS 2022

- **Mardi 15 février 2022** (VISIO) : Commission + présentation IRI France à P13
- **Lundi & mardi 21 - 22 mars 2022** (physique) : Commission + présentations GFK BE / ALL et IRI ALL/ UK/PB
- **Jeudi 28 avril 2022** : Commission + présentation Kantar
- **Mardi 14 juin 2022** : Commission + présentation relevés d'offres Cavistes
- **Mercredi 22 juin 2022** : Webinaire économique → **à remplacer par un séminaire ?**
- **23 - 26 juin** : Bordeaux fête le vin
- **Jeudi & vendredi 29-30 septembre 2022** : Commission + présentation IRI France à mi-année
- **Mercredi 23 novembre 2022** : séminaire économique → **à reporter en juillet ?**
- **Jeudi 1er Décembre 2022**





Comité  
National  
des Interprofessions  
des Vins à appellation  
d'origine et à indication  
géographique

# POINT DOSSIERS / QUESTIONS

## DIVERSES



# DOSSIERS / QUESTIONS DIVERSES

- IRI : un dysfonctionnement récent a entraîné des modifications sur les custag IGP dans ILD
- Cavistes : report terrain à janvier → pas d'impact sur les délais
- Kantar :
  - Confirmation changement plateforme pour 2<sup>ème</sup> semestre 2022
  - Réponse au courrier d'insatisfaction méthodologie
    - Proposition d'un focus génération CSP + intégration d'éléments benchmark sur d'autres autres catégories que le vin → ces problématiques seront traitées lors de la présentation annuelle des résultats
    - Estimation du coût d'une étude sur l'œnotourisme et les circuits spécifiques :
      - Questionnaire auprès de milliers de panélistes sur les circuits (caviste, e-commerce, œnotourisme)
      - Infos potentielles : pénétration, choix du circuit, fréquence achat, prix, raison de fréquentation circuit, circuit préférentiel, œnotourisme, occasions de consommation
      - Pour ce type d'études : budget de 40 K€ , délai de 8 semaines
- Douanes :
  - Il est signalé une erreur sur l'attribution d'un code NGP9 en Angleterre.
  - Didier Delzescaux informe la Commission Economie du rendez-vous avec la Directrice de la DGDDI et du dossier concernant la « simplification administrative ».





Comité  
National  
des Interprofessions  
des Vins à appellation  
d'origine et à indication  
géographique

VENDREDI 10 DÉCEMBRE  
10H00-12H30



# PARTICIPANTS

Interprofessions	FranceAgriMer	CNIV	Autres organisations
Brice AMATO (CIVP)	Florian ANGEVIN (FAM)	Nine BROUSSE (CNIV)	Marion CHÂTEAU (Vin & Société)
Olivier BADOUREAUX (CIVJ)	Nans BROCHARD (FAM)	Ségolène CAMUSET (CNIV)	Pierre GENEST (FEVS)
Roxane CADEIL (CIVR)	Victor FAUQUET (FAM)	Didier DELZESCAUX (CNIV)	Krystel LEPRESLE (Vin & Société)
Magali DUBEAU (CIVB)	Nollan PUGET (FAM)		
Frédéric DUPRAY (BIVB)			
Alice FROMENT (CIVC)			
Fanny GAUTIER (InterLoire)			
Anaëlle JORET (InterBeaujolais)			
François-Gaël LATASTE (BNIC)			
Philippe LONGEPIERRE (BIVB)			
Dominique TOILLON (Inter Rhône)			

# OBSERVATOIRE DES VINS (FAM) – PRÉSENTATION ÉTUDE DE FAISABILITÉ

Victor Fauquet (FAM) présente une étude sur la faisabilité d'un observatoire des vins. Un document Word plus complet sera envoyé d'ici fin décembre. Un retour d'expérience est fait par rapport à l'observatoire des vins rosés (CIVP / FAM).

Sur cette base, un groupe de travail sera constitué pour travailler sur le sujet, sous réserve d'une validation par les Directrices / Directeurs.





RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



FranceAgriMer

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

- **ETUDE DE FAISABILITE : OBSERVATOIRE MONDIAL DES VINS TOUTES COULEURS**



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



FranceAgriMer

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

# • I/ CONTEXTE



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## • LES DIFFÉRENTS OBSERVATOIRES



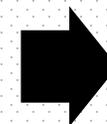
FranceAgriMer



- Observatoire mondial du Rosé



- Observatoire mondial des vins effervescents



- Observatoire mondial des vins toutes couleurs ?

Etudes de faisabilité



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



FranceAgriMer

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

- **2/ OBJECTIFS ET DIFFICULTÉS  
D'UN OBSERVATOIRE  
TOUTES COULEURS**



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## • QUE CHERCHE-T-ON À ESTIMER ?

### Indicateurs pour l'Observatoire **toutes couleurs**

#### Production

- Superficie allouée à la production de vin rouge
- Superficie allouée à la production de vin blanc
- Production (hl) de vin rouge
- Production (hl) de vin blanc

#### Consommation (part de rouge/blanc)

- Consommation vin rouge (totale, par habitant, ventilée par contenance et indication IGP,AOP, SIG)
- Consommation vin blanc (totale, par habitant, ventilée par contenance et indication IGP,AOP, SIG)
- Prix moyens des vins consommés (ventilés par couleur par catégorie et par contenance).

#### Echanges : importations/ exportations

- Volumes, Valeurs, ventilés par contenance par indication : IGP, AOP, SIG et par couleur (blanc ou rouge)



FranceAgriMer

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



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## • LES PREMIÈRES DIFFICULTÉS

### ❑ Quantification des échanges :

- Codes SH rouges incluent les rosés
- Certains codes douaniers (US) ne permettent pas de séparer les couleurs sur toutes les contenances

### ❑ Estimation de la production :

- Données difficiles d'accès (France ok mais international plus complexe)
- Blanc à destination de la prise de mousse/ autres usages industriels
- Données confidentialisées...

Utilisation de l'OMR,  
méthode bilan

Utilisation du travail  
sur l'OME, bilan

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



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

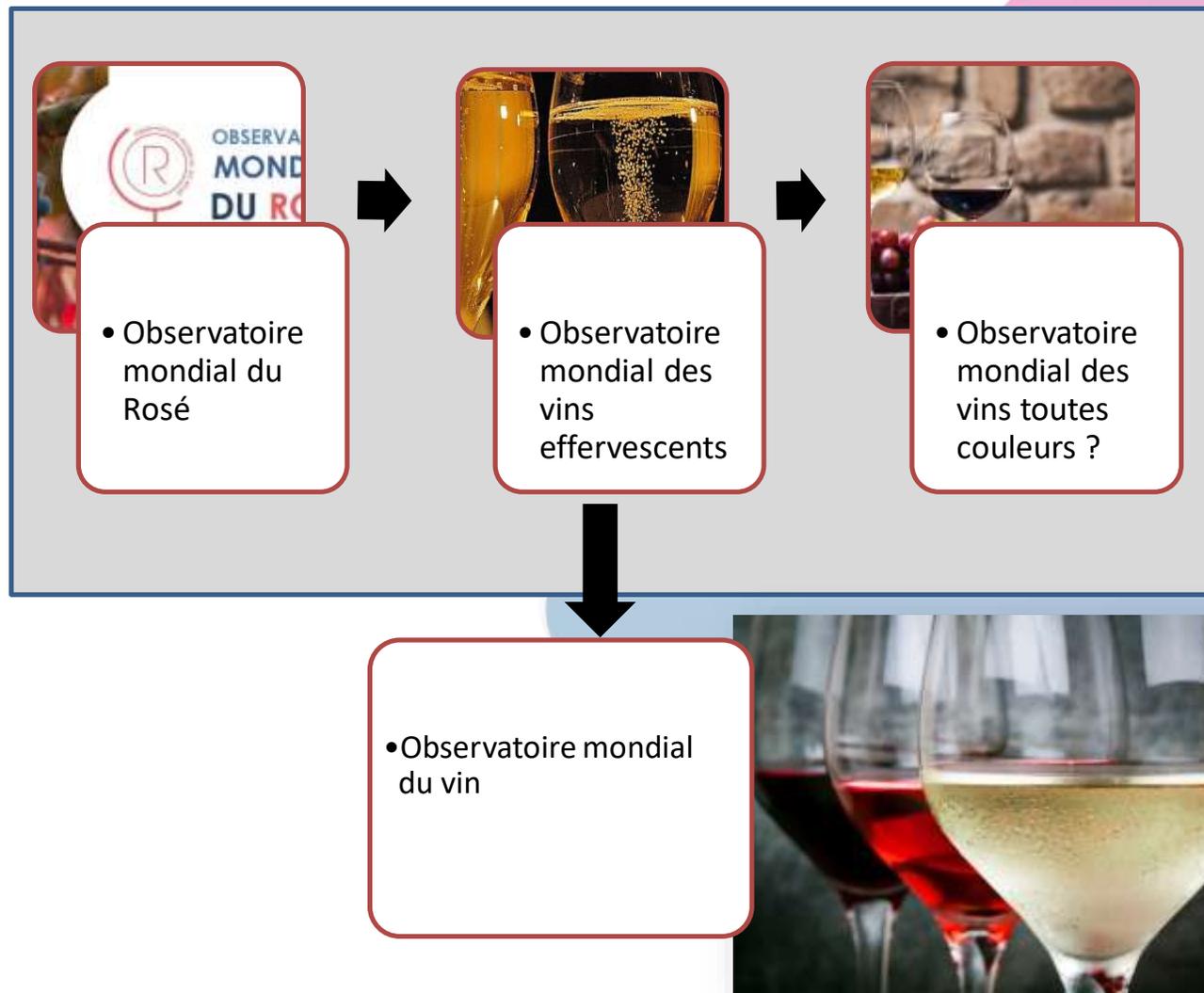


FranceAgriMer

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

# • 3/SOLUTION

- **LA FUSION DES OBSERVATOIRES :  
L'OBSERVATOIRE DU VIN**



- **AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS**

Avantages

**Une seule étude : Observatoire mondial du Vin.**

- **Partage de l'information** ( un seul cabinet manipule les données des 3 observatoires, chronologie des données respectée).
- **Synthèse** ( livrable final conséquent mais propose une vision synthétique de la filière).
- **Suivi** (1 seul marché, 1 seul cabinet, moins chronophage)

Inconvénients

- **Financement** (Quid de l'Observatoire Rosé ?)
- **Précision** (il faut réussir à fusionner les observatoires sans perdre en précision) -> étude conséquente



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



FranceAgriMer

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

- **4/ STRUCTURE  
PROVISOIRE DE  
L'OBSERVATOIRE  
MONDIAL DU VIN**

- **LES PAYS SÉLECTIONNÉS  
(PROVISOIRE)**

- **50 pays, pour indicateurs quantitatifs principaux.**
  - i. Production
  - ii. Consommation
  - iii. Echanges
- Pays sélectionnés pour étude des échanges détaillés (**37 pays** sélection par seuil)
- Approfondissement pour les 9 pays de l'OME





RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

- LES ANALYSES (PROVISOIRE)



FranceAgriMer

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

Analyses quantitatives	Analyses qualitatives
Par indicateur et par zone, et reconstitution d'un total monde avec les évolutions	Commentaires à « dire d'experts »
Des comparaisons de tendances	Analyses SWOT (dires d'experts, uniquement sur focus) ?
Des cartographies	
Des schémas de flux. Les données d'importations et d'exportations seront valorisées sous la forme d'un graphique de flux (diagramme de Sankey)...	



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

- **QUELLE MÉTHODOLOGIE ?**

1. **Méthode du bilan** à l'aide des données accessibles sur les autres observatoires
2. **Recherches bibliographiques** (OIV, Experts, organismes publics, privés...)
3. **Recherche base de données** : outil **TDM/Un Comtrade** pour les échanges, **Panels** (distributeurs/ consommateurs)
4. **Proposition méthodologie** du cabinet



FranceAgriMer

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

• EXEMPLE (EXTRAIT DE LA BASE  
DE DONNÉE)



Année	Origine	Type de l'origine	Production effervescent (1000 hl)	Sources Production effervescent	Type de source prod effervescent volume	Production vin tranquille et trois couleurs (1000 hl)	Sources Production vin tranquille trois couleurs	% de vin tranquille dans la production tous vins trois couleurs	Sources % de vin tranquille dans la production tous vins trois couleurs	Production tous vins trois couleurs (1000 hl)	Sources Production tous vins trois couleurs	% effervescent production	Sources %effervescent production	Type de source % prod effervescent	P	Conso effervescent (1000 hl)	Sources Conso effervescent	Type de source conso effervescent volume
2020 (données 2018 par OIV)	France	Pays	4400	OIV sparkli	OIV	44 800	production	91,06%	production	49 200	OIV (note d	8,94%	chiffres OI	Calcul		2600	OIV sparkli	OIV
2020 (données 2018 par OIV)	Italie	Pays	5300	OIV sparkli	OIV	49 500	production	90,33%	production	54 800	OIV (note d	9,67%	chiffres OI	Calcul		1600	OIV sparkli	OIV
2020	Espagne	Pays	2100	OIV sparkli	OIV	42 800	production	95,32%	production	44 900	OIV (note d	4,68%	chiffres OI	Calcul				
2020	Allemagne	Pays	2800	OIV sparkli	OIV	7 500	production	72,82%	production	10 300	OIV (note d	27,18%	chiffres OI	Calcul		3200	OIV sparkli	OIV
2020	Royaume-Uni	Pays	56,7	Survey report 2020	WIS	22	Survey rep	28,00%	Survey rep	79	Survey rep	72,00%	Survey rep	Calcul		1500	OIV sparkli	OIV
2020	Belgique	Pays	8,7	<a href="https://news.economist.com">https://news.economist.com</a>		10	<a href="https://news.economist.com">https://news.economist.com</a>	53,05%	<a href="https://news.economist.com">https://news.economist.com</a>	19	<a href="https://news.economist.com">https://news.economist.com</a>	46,95%	<a href="https://news.economist.com">https://news.economist.com</a>	Calcul		169,5	Panel GfK 2020 achat	
2020	Afrique du Sud	Pays	79	<a href="https://www.sawis.com">https://www.sawis.com</a>	SAWIS	10 321	<a href="https://www.sawis.com">https://www.sawis.com</a>	99,24%	production	10 400	OIV (note d	0,76%	<a href="https://www.sawis.com">https://www.sawis.com</a>	Calcul		78	<a href="https://www.sawis.com">https://www.sawis.com</a>	SAWIS
2020	Chili	Pays	135	<a href="https://www.diresdexp.com">https://www.diresdexp.com</a>	Dires d'exp	12 765	production	98,95%	production	12 900	OIV (note d	1,05%	<a href="https://www.diresdexp.com">https://www.diresdexp.com</a>	Calcul				
2020	Hongrie	Pays	165	<a href="https://hungaryreport.com">https://hungaryreport.com</a>	Article de p	2 335	production	93,40%	production	2 500	OIV (note d	6,60%	Calcul	Calcul				
2020	USA	Pays	1300	OIV sparkli	OIV	24 800	production	95,02%	production	26 100	OIV (note d	4,98%	Calcul	Calcul		2600	OIV sparkli	OIV
2020	Portugal	Pays	112,5	<a href="https://www.estudoestatistico.com">https://www.estudoestatistico.com</a>	Article de p	5 988	production	98,16%	production	6 100	OIV (note d	1,84%	Calcul	Calcul		30,33	Estudo estatistico	calcul avec
2020	Australie	Pays	700	OIV sparkli	OIV	12 000	production	94,49%	production	12 700	OIV (note d	5,51%	Calcul	Calcul		790	OIV sparkling 2018	
2020	Argentine	Pays	420	<a href="https://www.observatorio.com">https://www.observatorio.com</a>	Observato	14 080	production	97,10%	production	14 500	OIV (note d	2,90%	Calcul	Calcul		300	OIV sparkling 2018	
2020	Brésil	Pays																
2020	Russie	Pays														1600		

Pays	Année	Production vin blanc (milliers hl)	Source	Production vin rouge (milliers hl)	Source	Production vin rosé (milliers hl)	Source	Production effervescent (milliers hl)	Source	Production vin tranquille (milliers hl)	Source	Production tous vins trois couleurs + eff (milliers hl)	Source
France	2020	12116	Chiffre clé	25630	Chiffre clé	8854	Chiffre clé	4400	OME	42200	M-I	46600	OIV
Allemagne	2020	2765,4	méthode de	2151,46	Prod VT-P	683,14	% producti	2800	OME	5600	M-I	8400	OIV
Espagne	2020	8775,14	méthode de	20236,62	Prod VT-P	9588,24	% producti	2100	OME	38600	M-I	40700	OIV
Italie	2020	17261	méthode de	24261,89	Prod VT-P	2277,11	% producti	5300	OME	43800	M-I	49100	OIV
Royaume-Uni	2020	4,3845	production	0,0555	Prod VT-P	1,11	% producti	56,7	OME	5,55	M-I	62,25	OIV (interp
USA	2020					2773,4	% producti	1300	OME	21500	M-I	22800	OIV
Argentine	2020							1300	OME	9500	M-I	10800	OIV
Australie	2020							700	OME	9900	M-I	10600	OIV
Afrique du Sud	2020							79	OME	10321	M-I	10400	OIV
Chili	2020							135	OME	10165	M-I	10300	OIV
Chine	2020											6600	OIV
Portugal	2020							112,5	OME			6400	OIV



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## • STRUCTURE FINALE



FranceAgriMer

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

Données globales

- Données globales (indicateurs principaux) avec les analyses demandées pour les pays retenus (50)

Approfondissement

- Approfondissement pour les 9 pays concernés par l'OME ( + ajouts?)
- Echanges détaillés pour les 37 pays retenus

FOCUS

- Focus divers (part des élaborateurs, zones de réexportation,...).



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

- **PROCHAINES ÉTAPES**

1. Modulation de la structure selon les retours du CNIV
2. Compléter les bases de données OME/OMVTC
3. Faire une fiche « sources » pour OMVTC
4. Finir la rédaction des études de faisabilité (doc Word)



FranceAgriMer

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



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## • LIVRABLES



Fin du stage : **31 décembre**, remise des livrables à FAM.

1. **Etudes de faisabilité** (fichier Word) sur
  - i. Observatoire mondial des vins effervescents
  - ii. Observatoire mondial du vin
2. **Bases de données** en lien avec ces deux études de faisabilité (format Excel).
3. **Annexes** (fichiers sources, publications,...)
4. **Présentations PPT**



**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**FranceAgriMer**

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

[victor.fauquet@franceagrimer.fr](mailto:victor.fauquet@franceagrimer.fr)

01 73 30 21 27

# TRAVAUX DE VIN & SOCIÉTÉ

## 1. Indicateur de digitalisation de la filière

Marion Château (Vin & Société) présente des éléments concernant l'étude sur un indicateur de digitalisation menée par Vin & Société. Cette étude permet d'évaluer la performance des différents acteurs dans les régions viticoles à chaque étape de la chaîne de production.

Le questionnaire est disponible ici : [http://www.opinionenligne.fr/Vinetsociete\\_2021/Ethnos.dll](http://www.opinionenligne.fr/Vinetsociete_2021/Ethnos.dll)

Les résultats de cette étude seront présentés début 2022 à l'occasion Wine Paris (14-16 février).

## 2. Données sur les emplois de la filière

Krystel Lepresle, déléguée générale de Vin & Société, informe les membres de la commission économie de la parution dans le rapport de l'INSERM « Réduction des dommages associés à la consommation d'alcool » d'un article consacré au coût social de l'alcool, estimé par les auteurs à 118 milliards d'euros. Ce montant est obtenu de manière très critiquable et partielle, consistant à écrire une courbe décliniste de la filière vin. Ainsi, les impacts « positifs » de la filière vin (création d'emploi et de richesses) seraient décroissants, quand en parallèle, les coûts supportés par la collectivité sont eux croissants.

Vin & Société invite les responsables économie à participer à un groupe de travail (dès janvier) pour amorcer une réflexion sur l'impact économique et social de notre filière.





VIN & SOCIÉTÉ

AU NOM DES 500 000 ACTEURS  
DE LA VIGNE ET DU VIN

COMMISSION ECONOMIQUE - CNIV

---

## INDICATEUR DES USAGES DU NUMÉRIQUE DANS LA FILIÈRE VIN

*Présenté par Marion Château  
Responsable Communication Digitale*



1

BESOINS D'UN INDICATEUR



# Émergence du besoin d'un indicateur des usages du numérique



- > UN PHÉNOMÈNE GLOBAL ET EXPONENTIEL
  - LA DIGITALISATION TOUCHE TOUS LES NIVEAUX DE PRODUCTION DE LA FILIÈRE
  - TENDANCES SOCIÉTALES DE FOND (HAUSSE DU E-COMMERCE, BAISSSE DU COÛT ACHAT DES OUTILS NUMÉRIQUES, PROGRÈS TECHNIQUES ET DE LA MÉCANISATION, PARTAGE DES DONNÉES, MULTIPLICATION DES ACTEURS DU NUMÉRIQUE...)
  
- > BESOIN DE CONNAÎTRE LES PRATIQUES ET MESURER LES PERFORMANCES
  - PAS D'INDICATEURS DE MESURE ET DE SUIVI PAR LA FILIÈRE PERMETTANT D'ÉVALUER L'ÉVOLUTION DE LA DIGITALISATION D'ANNÉE EN ANNÉE
  - PAS DE DATA HOMOGENÈME À PRÉSENTER AU NIVEAU NATIONAL / RÉGIONAL
  - PAS DE COMPARAISONS POSSIBLES À D'AUTRES SECTEURS AGRICOLES
  
- > BESOIN DE CONNAÎTRE LE POSITIONNEMENT DE LA FILIÈRE (SES FORCES / FAIBLESSES)
  - MANQUE DE CONNAISSANCES SUR LES BESOINS EN INVESTISSEMENTS, ZONES DE PROGRÈS
  - MANQUE DE VISIBILITÉ SUR LES FORCES ET LES ZONES DE MATURITÉ DIGITALE DE LA FILIÈRE
  - MANQUE DE VALORISATION DES PROJETS INNOVANTS ET ACTEURS CLÉS DANS LES MÉDIAS



# 2

## INTÉRÊTS D'UN INDICATEUR



## Intérêts d'un indicateur des usages du numérique



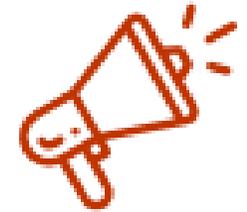
- AVOIR DES DONNÉES TANGIBLES SUR LA MATURITÉ DIGITALE DE LA FILIÈRE



- INVESTIR DANS LES PARTIES DE LA CHAÎNE DE PRODUCTION À DIGITALISER



- AVOIR UNE FILIÈRE COMPÉTITIVE ET INNOVANTE



- COMMUNIQUER SUR LES FORCES DE LA FILIÈRE



# 3

## MÉTHODOLOGIE DU PROJET



# Méthodologie pour construire l'indicateur



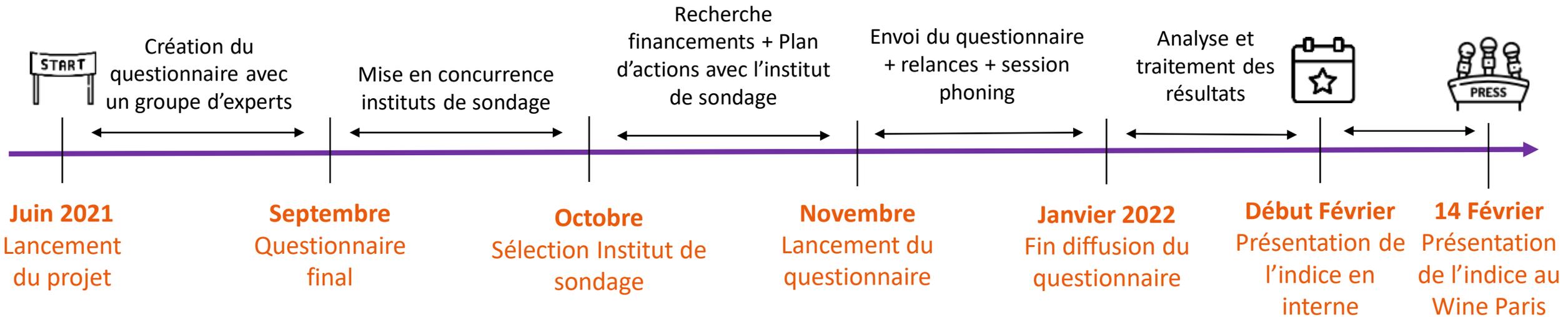
- > CRÉATION DU QUESTIONNAIRE
  - **AVEC L'AIDE D'EXPERTS (IFV, CHAIRE AGROTEC, INTERPROFESSIONS)**
  - **CIBLES : ENSEMBLE DES ACTEURS (VITICULTEURS, VIGNERONS RÉCOLTANTS, NÉGOCIANTS ET CAVES COOPÉRATIVES)**
  - **50 QUESTIONS : VITICULTURE, ÉQUIPEMENT & LOGISTIQUE, COMMERCIALISATION ,COMMUNICATION, FORMATION**
- > SÉLECTION D'UN INSTITUT DE SONDAGE
  - **INSTITUT SYMETRIS**
- > CRÉATION DE QUOTAS REPRÉSENTATIFS DU VIGNOBLE FRANÇAIS
  - **QUOTAS DE RÉPONSES PAR VIGNOBLE (SOURCES FRANCE AGRIMER + INTERPROFESSIONS)**
- > ENVOIS DU QUESTIONNAIRE : LIEN MEMBRES DE V&S + LIEN PANEL + PHONING
  - **MOBILISATION DE TOUTE LA FILIÈRE**
  - **PHONING : COMBLER LE BIAIS DES « NON-DIGITAUX » + MANQUE DE RÉPONSES EN LIGNE**
- > EN PARALLÈLE, RECHERCHE D'INVESTISSEURS (BANQUES, FONDS UNION DES OELONOGUES, INCUBATEURS WINETECH, MACHINISTES...)



## Timeline du projet



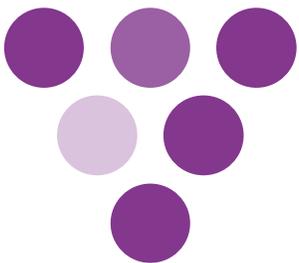
VIN & SOCIÉTÉ





4

TEMPS D'ÉCHANGES





# DES QUESTIONS ?



## BILAN OUTILS – CIRCUITS SPÉCIFIQUES

Des outils sur l'utilisation des relevés d'offres ont été présentés :

- Fanny Gautier (InterLoire) a présenté des fiches synthétiques sur le CHR
- Frédéric Dupray (BIVB) des focus thématiques sur les cavistes sur un support PPT
- Magali Dubeau (CIVB) un outil de valorisation des données permettant d'obtenir grâce à une macro, une vision sur les différentes appellations

La commission économie du CNIV souhaite constituer un groupe de travail sur la valorisation des données, notamment sur un outil informatique de sécurisation des données et d'extraction des données sur les relevés d'offres.



# TABLEAU DE BORD ET BDD DES INTERPROFESSIONS

Un travail est actuellement mené pour constituer une base de donnée, à partir du tableau de bord des interprofessions et d'autres indicateurs économiques.

Au titre de ce travail les interprofessions représentées au sein de la commission économie seront sollicitées pour :

- Valider les définitions / le glossaire des données (les périmètres diffèrent parfois selon les IP.  
Ex: sorties de chais incluant le négoce ou non)
- Valider une nomenclature harmonisée pour toutes les IP et tous les types de données sur proposition du CNIV
  - Entrée par région / IP
  - Puis couleurs : Rouge, blanc sec, blanc doux, rosé, effervescent, VDF
  - Enfin par segment de produit : séparation AOP et IGP
- Communiquer certaines données (cf. tableau de bord des interprofessions)

Le CNIV fera une première proposition et la soumettra aux IP pour commentaires et discussion.





12 rue sainte Anne  
75001 PARIS  
01 53 29 92 80  
[cniv@cniv.asso.fr](mailto:cniv@cniv.asso.fr)

