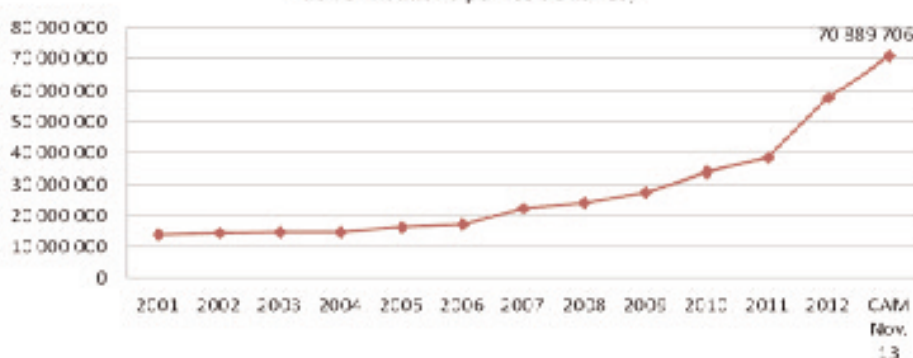


Vers des circuits mieux valorisés

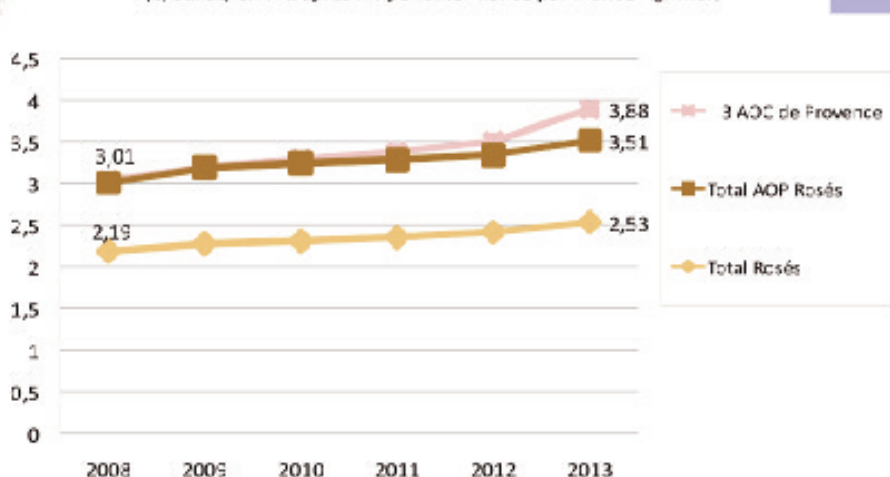
Actuellement, on assiste à un repositionnement des vins rosés sur des circuits avec plus de valeur, et sur des prix plus élevés. En Provence, les transferts des volumes de rosés depuis des circuits moins valorisés vers les plus valorisés se sont accélérés en 2013. Ils devraient continuer dans ce sens en 2014, avec notamment la baisse des volumes en hard discount, mais leur hausse à l'export. Le changement d'orientation des voies de commercialisation s'accompagne d'une augmentation des prix. Les Rosés de Provence vendus en grande distribution ont par exemple vu leurs prix grimper de 28% en cinq ans, hausse deux fois plus rapide que pour les autres AOP Rosés. Résultat, les Rosés de Provence sont en moyenne 60% plus chers que la moyenne de tous les autres rosés.

L'exportation est la meilleure illustration de ces repositionnements, car la progression des volumes y est forte, de même que la hausse en valeur et la diversité des destinations.

Evolution valeur des Vins de Provence exportés (€ FOB, CIVP d'après douanes françaises, données brutes incluant corrections CIVP en cours de vérifications par les douanes)



Evolution comparée du prix moyen GD France (€/ec. Bt, CIVP d'après IRI-panel cofinancé par France Agrimer)



L'export représente 16% des ventes de Vins de Provence et la progression s'accélère ces dernières années en volume aussi bien qu'en valeur : le Chiffre d'Affaires des vins de Provence à l'export a été multiplié par quatre en dix ans. Dans un même temps, le nombre de pays importateurs de vins de Provence s'élargit, ce qui peut probablement s'expliquer par le statut de leader mondial des Rosés haut de Gamme que possède la Provence.

Conclusion

La Provence reste leader sur le Rosé avec le choix d'une montée en gamme qui s'accompagne aujourd'hui d'une montée des prix. C'est un pari qui paye pour l'instant. Mais la Provence, en privilégiant les circuits les plus valorisés, ne doit pas pour autant laisser de côté les circuits de distribution moins valorisés (telle la Grande Distribution) et rester attentive à conserver un positionnement maîtrisé sur chacun d'eux.

Le Rosé de Provence voit grand

Une nouvelle catégorie de produit porteuse d'image se développe en Provence et la place encore sur des marchés haut de gamme : les Magnums Rosés. Les volumes de Rosés de Provence conditionnés dans ce format ont plus que doublé en deux ans tout en restant un luxe accessible, à environ 1 euros la bouteille en moyenne.