

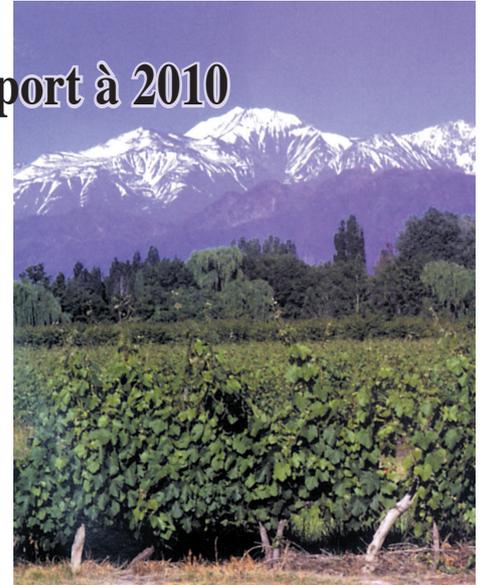
Actualités

Argentine

Une récolte 2011 en légère progression par rapport à 2010

Une évaluation réalisée par l'Institut national de vitiviniculture auprès de plus de 700 propriétaires de vignes à travers le pays a permis d'établir une première série de prévisions pour la récolte 2011 en Argentine. Il en ressort, que la production de raisins destinés à l'élaboration de vins devrait progresser de 6% par rapport à la récolte 2010. Ainsi, en 2011, l'Argentine devrait produire 27 725 641 quintaux de raisins. L'augmentation la plus significative est attendue dans la province de San Juan, deuxième région productrice du pays. En effet, la production est estimée actuellement à 7 678 320 quintaux, soit une hausse de 17,7% en comparaison de la production 2010. Quant à la principale province pro-

ductrice argentine, celle de Mendoza, elle devrait voir sa récolte augmenter de seulement 1,7% pour atteindre 18 378 283 quintaux. Ces prévisions ont été arrêtées au 23 décembre dernier et ne seront réactualisées qu'au 25 février prochain. « En ce qui concerne la qualité de la prochaine récolte, nous observons, d'une manière générale, un très bon état sanitaire et n'avons rencontré des difficultés dans aucune zone vitivinicole du pays » s'est félicité Guillermo Garcia, président de l'INV, lors de la présentation officielle des prévisions, le 29 décembre dernier. « En termes de volumes, a-t-il ajouté, jusqu'à présent, nous connaissons une production présentant des caractéristiques similaires à celle de 2010 ».



Afrique du Sud

Pas de hausse des prix dans l'UE

L'arrivée à échéance de l'accord commercial signé en mai 2004 entre l'Union européenne et l'Afrique du Sud a suscité ces derniers temps un certain nombre de spéculations dans les médias quant à une majoration des prix des vins sud-africains en Europe en l'absence d'un accord. Le texte, sur le Développement du Commerce et la Coopération, (TDCA) prévoit, en effet, des conditions d'importation préférentielles sur 55 mil-

lions de litres importés dans les pays membres de l'Union européenne. L'accord, qui est arrivé à échéance au 31 décembre dernier, devait être renégocié, mais pour l'heure ces négociations n'ont pas eu lieu. Dans ce contexte, l'organisme de promotion générique WOSA a souhaité faire le point sur les conditions d'importation dans l'UE des vins sud-africains. D'après le directeur de l'Association des propriétaires de marques de

boissons alcooliques (SALBA), Riaan Kruger, les négociations vont se poursuivre et les termes actuels de l'accord restent en vigueur en attendant la conclusion d'un nouveau texte. « L'accord est en vigueur depuis plus de six ans dans les faits et rien ne changera tant que les nouveaux paramètres n'ont pas été établis et confirmés par les parties impliquées dans les négociations » a-t-il indiqué.

Etats-Unis

Les grandes marques profitent de la crise

Les grandes marques de vins ont tiré profit de la crise grâce à une orientation des consommateurs en faveur de vins présentant les meilleurs rapports qualité-prix. C'est ce qui se dégage du dernier rapport « Impact Databank » publié par les éditeurs du Wine Spectator. D'après ce rapport, la consommation américaine a atteint un nouveau record en 2010, suite à sa dix-septième augmentation consécutive. Ainsi, les consommateurs américains ont consacré plus de 40 milliards \$ aux achats de vins, même si la progression en volume était plutôt faible, avec +0,9%. Dans un contexte de crise, les Américains se sont montrés plus sensibles aux prix et bon nombre d'entre eux ont privilégié des

vins moins chers l'année dernière. Par conséquent, 23 grandes marques ont commercialisé au moins 2 millions de caisses chacune pour une progression collective de 2,1%, soit un rythme deux fois plus élevé que la moyenne nationale. En revanche, les autres marques ont accusé une perte collective de 200 000 caisses. Pour la seizième année consécutive, la marque de Bag-in-Box® Franzia, élaborée par le Wine Group, s'est placée en tête de podium grâce à son volume de ventes, mais les progressions les plus rapides ont été enregistrées par Barefoot Cellars de E&J Gallo et Sutter Home de Trinchero, toutes deux positionnées dans la catégorie « value ». Néanmoins, des gains impres-

sionnants ont été affichés par certaines marques premium telles que Ménage à Trois et Cupcake Vineyards, tandis que la marque italienne de vin effervescent, Verdi, a enregistré la plus forte progression dans sa catégorie.

Enfin, toujours selon Impact Databank, la société E&J Gallo conserve la première place en termes de volumes commercialisés aux Etats-Unis, devant le Wine Group. Pour sa part, Constellation Brands se situe en tête des entreprises américaines au niveau mondial, par son volume de ventes, malgré la récente cession de ses activités vinicoles en Australie, au Royaume-Uni et en Afrique du Sud.

Info du jour

Le soleil avait rendez-vous avec la lune

En France après l'éclipse totale du 11 août 1999, celle de ce jour, seulement partielle n'a généré qu'un faible crépuscule du soir dès 8 heures ce matin. Le prochain rendez-vous de ce type pour notre pays sera sans doute manqué par une majorité d'entre nous. Elle est programmée pour 2081.

Sommaire

International	p. 2
Entreprises	p. 3
Mercuriales	p. 4

Etats-Unis

Quand les gros se recentrent

Plusieurs grosses sociétés qui avaient diversifié leurs activités dans le secteur du vin ou dans différentes régions du monde sont en train de revenir sur cette stratégie. On suit depuis déjà un certain temps les tentatives de la société australienne Fosters de se défaire de ses activités vinicoles pour se recentrer sur son métier de base, celui de la bière. Plus récemment, le géant américain Constellation Brands a cédé ses opérations basées en Australie et au Royaume-Uni à un fonds de capital-investissement australien, CHAMP (*lire ci-contre*). C'est désormais au tour d'une autre structure d'envergure, également américaine, d'annoncer son intention « d'explorer des alternatives stratégiques pour ses marques de vins basées à Hopland en Californie ». Parmi les options envisagées figure la vente pure et simple de ses actifs californiens. Il s'agit notamment des installations de vinification, d'emouteillage et les vignes appartenant à

la Fetzer Winery, de même que la marque Fetzer elle-même et d'autres marques basées à Hopland en Californie. En revanche, l'examen stratégique n'inclut pas la marque super premium Sonoma-Cutrer ni le partenariat qui existe depuis longtemps avec Korbel, élaborateur de vins effervescents californiens. « *Nous sommes encore en pleine phase d'analyse* » a expliqué le directeur général de Brown-Forman, Paul Varga. « *Mais étant donné la couverture médiatique dont nous avons fait l'objet récemment, nous avons pensé qu'il était important de dialoguer avec nos salariés et différentes parties prenantes extérieures pour dissiper toute confusion possible* ». Depuis 140 ans, Brown-Forman Corporation développe des marques, essentiellement dans le domaine des spiritueux avec des produits comme Jack Daniels, Southern Comfort, Finlandia ou Canadian Mist. La société compte près de 3 900 salariés et est présente dans quelque 135 pays.

Grande-Bretagne

Pink is beautiful !

La couleur rose n'est plus l'unique apanage des longues journées d'été. Selon la chaîne britannique de supermarchés Waitrose, même en plein hiver les consommateurs britanniques recherchent les vins – tranquilles, effervescents et fortifiés - et autres cocktails rosés. D'après les données recueillies par la chaîne, les ventes de vins rosés en 2010 ont fait un bond de 20% par rapport à l'année précédente. « *Le vin rosé est désormais consommé toute l'année parce qu'il propose un élément de nouveauté* » confirme l'acheteur vins Nick Room. « *Le choix des produits n'a jamais été aussi étendu et les disponibilités en termes de qualité et de diversité n'ont jamais été aussi importantes* ». En

effet, on trouve désormais non seulement des vins tranquilles et effervescents mais aussi des produits fortifiés comme le Porto rosé lancé en septembre dernier par la chaîne. Les cocktails sont également teintés de rose, entraînant une augmentation de la demande de liqueurs à base de petits fruits rouges et noirs, comme la crème de cassis. « *Les gens veulent se faire plaisir en préparant des cocktails à la maison parce que cela coûte beaucoup moins cher que de sortir. Ils recherchent de petits luxes qui vont leur remonter le moral, surtout si, par ailleurs, ils doivent faire d'importants sacrifices financiers* » a expliqué l'acheteur spiritueux auprès de Waitrose, Herchelle Perez Terrado.

Argentine

Un congrès pour définir des stratégies face au réchauffement climatique

L'Institut national de vitiviniculture et le secrétariat à l'Environnement de la province de Mendoza préparent actuellement un congrès sur le thème du « Changement climatique, la Vitiviniculture et les Ressources hydriques ». Le congrès aura lieu les 9 et 10 mars prochain dans cette province viticole. L'objectif de la manifestation est de créer des liens entre la communauté scientifique et l'ensemble des acteurs de la chaîne vitivinicole pour analyser les effets du réchauffement climatique dans la région et identifier la réponse adéquate à y apporter, à la fois dans le secteur public et privé, permettant de maintenir la compétitivité

des produits. « *Il s'agit d'élaborer à moyen et long terme, des stratégies permettant d'atténuer les effets de ce phénomène et de s'y adapter* » a expliqué Guillermo Garcia, président de l'INV. Parmi les intervenants d'ores et déjà prévus, figurent des personnalités reconnues dans ce domaine au niveau international comme le Dr Grégory Jones de l'Université d'Oregon. D'autres personnalités d'origine sud-américaine y participeront également, comme le Dr Elena Carretero, directrice de Consorcios del Vino, et le Dr Fernando Santibanez, tous deux du Chili et le Brésilien Jorge Toniento, représentant le ministère de l'Agriculture.

Négoce

Constellation abandonne l'Australie

La société Constellation Brands (CWAE, Constellation Wines Australia and Europe), leader mondial dans le domaine des vins premium, a annoncé juste avant Noël un accord visant à céder ses activités en Australie et au Royaume-Uni à CHAMP Private Equity, de Sydney. On estime le montant de la transaction à environ 290 millions de dollars australiens (A\$). La compagnie gardera une participation de 20% environ et percevra 230 millions A\$.

Cette transaction, attendue vers la fin janvier 2011, est sujette aux clauses de finalisation en usage. Elle inclut virtuellement toutes les marques, unités de vinification et vignobles appartenant à Constellation en Australie, au Royaume-Uni et en Afrique du Sud, ainsi que sa participation de 50% à Matthew Clarke, la « joint venture » qui s'occupe des grossistes au Royaume-Uni. Tous les salariés de CWAE seront transférés en même temps que les activités.

« *Au cours de ces deux dernières années, Constellation a mis en œuvre une stratégie visant à favoriser une croissance interne bénéficiaire par le biais d'une optimisation de son portefeuille de classe mondiale et d'une amélioration des marges, du retour sur investissements et du flux de trésorerie disponible.* » a déclaré Rob Sands, son président.

« *Les activités de CWAE consistent à vendre du vin de qualité provenant de l'importante zone géographique d'Australie et ont atteint une taille considérable, mais elles se voient aux prises avec des conditions de marché difficiles. Pour cette raison, CWAE n'est plus en phase avec la stratégie de Constellation. Nous pensons que CHAMP a la compétence requise et la motivation nécessaire pour arriver à accélérer le succès du groupe CWAE.* »

Constellation continue à s'appliquer à développer ses activités internationales et à investir et à soutenir son portefeuille de vins premium de par le monde. En plus de ses filiales au Canada et en Nouvelle Zélande, l'organisation Constellation Wine International va intensifier son effort de commercialisation de son portefeuille de vins haut de gamme dans le monde. Constellation and CHAMP vont collaborer à la distribution et la livraison de leurs produits respectifs, internationalement.

•Constellation Brands

Cette entreprise est le leader mondial des sociétés de vins premium, ayant bâti son succès grâce à une connaissance des marchés et grâce à des marques réputées comme Mondavi, Hardys, Clos du Bois, Blackstone, Arbor Mist Estancia, Ravenswood, Jackson-Triggs, Kim Crawford, Corona Extra, le whisky canadien Black Velvet et la vodka Svedka.

•CHAMP Private Equity

Ce groupe possède des bureaux à Sydney et Brisbane en Australie, et des filiales à Singapour et New York.

Depuis sa fondation en 1987, CHAMP et le fonds qui l'a précédée ont réalisé des placements dans plus de 70 sociétés privées de placement en actions dans toute une série de secteurs : les médias, les transports, l'activité industrielle, l'éducation, la vente au détail, l'agro-alimentaire, la santé et le financement.

La Journée Vinicole - Quotidien

La Journée Vinicole est propriété de JV Presse Info

Directeur de la publication et Rédacteur en chef : Robert Amalric

Edition : Sarl JV Presse Info au capital de 32 100 € - 503 806 937 RCS MONTPELLIER

Siège social : Parc Cresse-Saint-Martin - 34660 COURNONSEC - Tél. 04 67 07 52 66 - Fax 04 67 71 76 88

Web : <http://www.journee-vinicole.com> - E-mail : contact@journee-vinicole.com

Imprimé par : Imprimerie spéciale Journée Vinicole - 34000 Montpellier

Commission paritaire : n° 0409 T 87409 - ISSN : 0151-4393

Cave de Lugny

« Le vrac peut amener une réelle différenciation et des économies d'échelle sur certains marchés »

Interview d'Edouard Cassanet, directeur

Avec 250 exploitants et 98 000 hectolitres produits chaque année, la Cave de Lugny se positionne aujourd'hui comme la première cave de Bourgogne. En 2010, et malgré une année difficile pour la profession, cette coopérative mâconnaise parvient à atteindre un chiffre d'affaires global de 27 millions d'euros pour un nombre record de bouteilles vendues, soit 6,7 millions contre 6,5 millions en 2008. Le chiffre d'affaires bouteilles représente désormais près de 19 millions d'euros, soit une progression de 13% par rapport à 2009. Si l'activité bouteilles est fondamentale pour le développement de la cave, le vrac constitue aussi un pôle important avec une part de 40% des ventes. A l'occasion de la Rencontre mondiale des acheteurs de vins en vrac (WBWE), qui s'est tenue à Amsterdam fin novembre, nous avons demandé à Édouard Cassanet, directeur de la Cave de Lugny d'expliquer la démarche de l'entreprise sur le marché du vrac et de partager ses préoccupations et ses attentes en la matière.

Pourquoi s'intéresser au vrac ?

La Cave de Lugny représente environ 100 000 hectolitres de vins à AOC. Pour la Bourgogne, il s'agit d'un volume important, à savoir 6% du total régional. Nos ventes se partagent actuellement entre 60% de la bouteille et 40% de vrac. Le marché du vrac reste donc important pour nous. Il était jusqu'à présent régional, situé entre Lyon et Beaune, mais ce marché a tendance à diminuer, en tout cas pour ce qui est du nombre d'interlocuteurs. Chaque année, il y a des négociants qui disparaissent et avec eux, des volumes de vrac aussi. Pour l'heure, nous ne parvenons pas à trouver 100% d'alternative à ce marché. La bouteille se développe, nous progressons régulièrement, mais pas aussi vite que la perte des marchés de vrac. Nous avons toujours basé notre développement en ayant une vision des deux marchés. Nous



n'avons jamais voulu tirer un trait sur le vrac, en faveur de la bouteille. Notre approche a toujours été binaire.

Quel était votre objectif en participant à la WBWE ?

Nous voulions mieux connaître le marché du vrac à l'export. Nous sentons qu'il y a une tendance vers le respect de l'environnement. Il y a aussi des pays où les taxes douanières sont très importantes et qui freinent ainsi considérablement le marché de la bouteille. Il y a donc sans doute des opportunités sur le vrac, ce qui ne remet pas du tout en cause la philosophie de la bouteille. Les deux peuvent très bien co-exister.

Est-il possible de bien valoriser le vrac ?

Le vrac peut dégager de la valeur ajoutée. Le marché de la bouteille est très disputé et il ne rémunère pas autant que l'on souhaiterait. Certains marchés dégagent de la marge et d'autres pas du tout. C'est un peu la même chose sur le marché du vrac. Je pense qu'on peut trouver des débouchés qui permettent de conserver de la marge. Sur d'autres ce sera peut-être plus difficile. Le monde nous oblige aussi à être très diversifiés.

Quels sont les points de différenciation qui permettent une meilleure valorisation ?

Incontestablement pour nous, il s'agit de l'appellation Bourgogne. Il est à noter que sur le marché de la bouteille, certaines sociétés internationales qui commercialisent des dizaines de millions de bou-

teilles – contre nos quelque 6,5 millions – arrivent ainsi à réaliser des économies d'échelle que nous ne pourrions jamais atteindre. Sur le vrac, il n'y a pas cette différenciation. Nous sommes davantage à égalité avec tout le monde, ou en tout cas, il peut y avoir moins d'écart. Par ailleurs, la Cave de Lugny est la seule à suivre cette démarche vers le vrac dans la région donc cela représente peut-être aussi un moyen de se distinguer.

La faible récolte en 2010 freine-t-elle vos projets dans ce sens ?

2010 est effectivement une année de faible récolte mais sur le plan commercial nous raisonnons sur plusieurs années donc cela ne pose pas de problème. Nous sommes actuellement en plein milieu de la campagne 2009. Nous vendrons du 2009 jusqu'au printemps, voire l'été prochain, donc l'effet volume est atténué et lissé sur plusieurs années.

Enfin, comment se présente la demande à l'export pour le vrac actuellement ?

Pour l'instant, nous ne travaillons quasiment pas à l'export sur le vrac. C'est un marché que nous ne connaissons pas. Les pays nordiques – Suède, Finlande etc – en sont assez demandeurs avec des mises qu'ils font faire ailleurs. Cela peut donc représenter une opportunité. Je pense aussi à des pays où les taxes douanières sont très importantes et où le vrac peut amener une réelle différenciation et des économies d'échelle.

Propos recueillis par Sharon Nagel

Plusieurs projets pour 2011

Pour 2011, la Cave de Lugny se fixe de nouveaux objectifs en termes de marketing et de communication avec, entre autres, le relookage de la marque L'Aurore. Grâce à la mise en place d'une étude interne portant sur un panel représentatif de consommateurs, la Cave de Lugny a identifié les éléments rassurants dans l'habillage de ses bouteilles de vin. Ainsi, la marque évolue vers un habillage « tradition », sim-

ple, sobre et doré où le jaune de la capsule devient moins vif, mais reste un élément fort d'identification, et où le symbole du « soleil » se voit redessiné dans un blason soulignant l'identité Bourgogne. La Cave assurera aussi une présence accrue sur les salons et sera présente, pour la première fois au SIRHA (Lyon) du 21 au 29 janvier 2011 dans le nouveau Hall dédié aux vins, avec l'inter-

profession bourguignonne. Elle entend aussi refaire son site internet et de vente en ligne et poursuivre des mécénats sur le plan local (Festival des Vendanges de l'Humour de Mâcon, partenariat dans la remise en état d'une chapelle du XII^e siècle à Lugny...). Enfin, la cave poursuivra aussi son événement phare, le Prix des Charmes, dont le nombre de visiteurs a déjà été multiplié par deux.

COMMERCIALISATION DES VINS DE TABLE ET DES VINS DE PAYS

L'Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer communique : Les volumes et les prix moyens constatés sur les contrats d'achats présentés au visa de l'établissement et communiqués aux commissions de cotation au cours de la semaine du 08 au 15/12/2010 sont les suivants :

Table with columns: Volume hl, Prix moyen euros/hl, euros/P/hl. Rows include VINS ROUGES ET ROSÉS, VINS SANS IG, VINS IGP, VINS BLANCS.

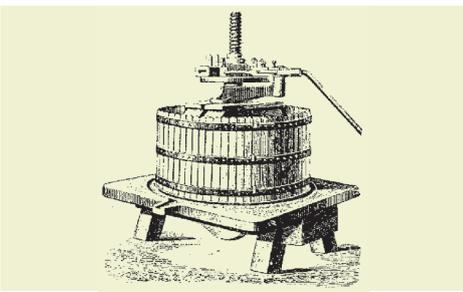
VSIG = Vin sans indication géographique (ex-vin de table sans indication géographique de provenance)
VIGP = Vin à indication géographique protégée (ex-vin de pays)

ABONNEMENT la Journée Vinicole

Pour 178 euros ttc/an Abonnez-vous à la Journée Vinicole + les éditions spéciales + accès aux archives économiques

Bulletin à découper et à retourner rempli à : La Journée Vinicole Parc Cresse-Saint-Martin 34660 Courmonsec. Includes fields for Name, Address, City, Country, Postal Code, Phone, Fax, Email.

Règlement à votre convenance. Includes checkboxes for Cheque bancaire, Virement bancaire, and fields for Card number, Type of card, and Date of validity.



Sauf indications autres (litre, barrique, demi-barrique, tonneau, degré-tonneau, pièce, etc.), ces cours s'entendent à l'hectolitre (€/hl) ou au degré-hectolitre (€/°hl), vin nu pris à la propriété, suivant qualité, degré, couleur, origine, importance des lots, modalités de retraitement et conditions de paiement.

BORDEAUX

Installation du Syndicat régional des Courtiers en vins et spiritueux de Bordeaux, de la Gironde et du Sud-Ouest du 3 janvier 2011

Du 27/12 au 31/12/2010

VINS ROUGES
Récotte 2010 : BORDEAUX : 750 à 1 150 €/t.
Récotte 2009 : BORDEAUX : 700 à 1 100 €/t.
BORDEAUX SUP : 800 à 1 200 €/t.
CÔTES : 850 à 1 200 €/t.
MÉDOC : 1 400 à 1 800 €/t.
ST-EMILION : 3 000 à 3 500 €/t.
SATELITES St-Emilion : 2 200 à 2 500 €/t.
GRAVES : 1 250 à 1 500 €/t.
Récotte 2008 : BORDEAUX SUP : 800 à 1 100 €/t.
CÔTES : 800 à 1 150 €/t.
BORDEAUX ROSÉ : Récotte 2010 : 850 à 1050 €/t.
VINS BLANCS
Récotte 2010 : BORDEAUX : 850 à 1 200 €/t.
ENTRE-2-MERS : 950 à 1 200 €/t.
GRAVES : 1 500 à 1 700 €/t.
GRAVES SUP : 1 800 €/t.
SAUTERNES : 4 200 à 5 200 €/t.
BERGERACCOIS
Récotte 2010 : BERGERAC rouge : 730 à 780 €/t.
BERGERAC sec : 900 à 950 €/t.
CÔTES de BERGERAC : 1 050 €/t.
Récotte 2009 : BERGERAC rouge : 750 à 800 €/t.
MONBAZILLAC : 2 500 à 2 650 €/t.
VINS DE FRANCE : 50 à 60 €/hl

NANTES

Mercuriale des vins de la région nantaise établie par la Cte des courtiers de marchés assermentés PV réunion du 23/12/2010

VINS DE FRANCE
Blanc, sans cépage : 27 à 30 €/hl
Rosé, sans cépage : 35 à 45 €/hl
Rouge, sans cépage : incoté
Blanc, cépage chardonnay : 50 à 55 €/hl
Rosé et rouge, cépage gamay : incotés
VINS DE PAYS
(Euros par hectolitre suivant qualité)
VdL=VAL DE LOIRE
Rosé, Rouge, Blanc : incotés
AOVDQS (euros par hl suivant qualité)
COTEAUX D'ANGENIS Gamay : Rosé, Rouge : incotés
GROS PLANT DU PAYS NANTAIS : Vrac, Sur lie, Sur lie (avec cond. part.) : incotés
AOC (euros par hl suivant qualité)
MUSCADET AC : vrac, Réc. 2009 : 35 à 40 €/hl
vtac, Réc. 2010 : 50 €/hl
Sur lie, Sur lie (avec cond. part.) : incoté
MUSCADET COTEAUX DE LA LOIRE : incoté
MUSCADET CÔTES DE GRAND-LIEU : incoté
MUSCADET SÈVRE-ET-MAINE : Vrac, Réc. 2009 : 40 à 45 €/hl
Sur lie, Sur lie (avec cond. part.) : incoté

ALSACE

Mercuriale des vins d'Alsace à la propriété (source : CIVA)
Transactions en vrac Production/Négoce (hors grands-crus et hors vins de base Crémant d'Alsace)

Période du 01 au 30/11/2010 Arrêté provisoire au : 06/12/2010

Contrats enregistrés : 35 Nombre total de lots : 42 Vol. global vendu : 4 514,47 hl

SYLVANER/CHASSELAS : 2 lots. 110 hl. Prix moyen : * €/l.
EDELZWICKER : 3 lots. 93,35 hl. Prix moyen : * €/l.
PINOT BLANC : 10 lots. 1 655,12 hl. Prix moyen : 1,81 €/l.
RIESLING : 16 lots. 2 052,50 hl. Prix moyen : 1,99 €/l.
PINOT GRIS : 6 lots. 459,00 hl. Prix moyen : 2,19 €/l.
MUSCAT D'ALSACE : 2 lots. 40,00 hl. Prix moyen : * €/l.
GEWURZTRAMINER : 2 lots. 100,00 hl. Prix moyen : * €/l.
PINOT NOIR : 1 lot. 4,50 hl. Prix moyen : * €/l.
* nombre minimum de lots non atteint pour publication.

Mercuriale des vins de base Crémant d'Alsace Du 01 au 30/11/2010

Nbre de lots : insuffisant pour publication Volume : * hl - Prix moyen : * €/l.

PERPIGNAN

Commission de constatation du cours des vins dans les Pyrénées-Orientales du 20/12/2010

VSIG (VDT) rouge et rosé Réc. 09/10 : 11° à 13°4' : 3,85 à 4,00 €/°hl (50 à 55 €/hl)
VSIG (VDT) affaires spéciales : 14° à 14°5' : 115 à 150 €/hl
IGP Oc rouge, Réc. 09/10 : 12° à 13°5' - 55 à 60 €/hl
IGP rouges, cépages : 12° à 13°5' - 65 €/hl
VSIG blancs, cépages, Réc. 10 : 12°9' à 13° : 87 à 93 €/hl
IGP blancs, Réc. 10 : 13° : 70 €/hl
IGP blancs, Réc. 10, cépages : 13° à 13°4' : 83 à 90 €/hl
AOP CÔTES DU ROUSSILLON :
Rouge : 1 538 hl - 94 €/hl
Rosé : 329 hl - 74,50 €/hl
Villages : 1 203 hl - 108 €/hl
Villages avec nom de commune : /
CEE :
VSIG rouge et rosé : 6 109 hl - 12°8' - 4,60 €/°hl
IGP rouge et rosé : 3 030 hl - 12°75' - 59 €/hl
VSIG blancs : 420 hl - 12°9' - 7 €/°hl
IGP blancs : 5 685 hl - 13° - 87 €/hl

A la veille de la trêve des confiseurs, on constate une activité en progression sur les vins de la récolte 2010 à des prix ne manquant pas d'intérêt.

CARCASSONNE

Commission de constatation des cours du 20 décembre 2010 Du 10 au 16/12/2010

VINS DE TABLE Rouges
9° à 9°9' : pas d'affaires
10° à 12° et + : 4,25 à 4,65 €/°hl
VINS DE PAYS DE CEPAGES : Cabernet sauvignon : 65 à 68 €/hl
Merlot : 65 à 70 €/hl
Syrah : /
Chardonnay : 90 à 95 €/hl
Pinot : 120 à 140 €/hl
Vignier : 100 €/hl
VINS DE PAYS DE L'AUDE
10°5' à 11°6' et + : 55 à 57 €/hl
AOC CORBIÈRES : 70 à 75 €/hl
AOC MINERVOIS : 70 à 75 €/hl
Volume total de la semaine : 38 924 hl
Vin de table : 14 336 hl
Vin de pays : 24 588 hl
Commission de cotation européenne
VDT : 14 336 hl - 12°2' - 4,55 €/°hl
VDP : 24 588 hl - 12°8' - 62 €/hl
dont VDP de département : 15 203 hl - 12°6' - 56 €/hl

BÉZIERS

Commission de cotation européenne Vins de table blancs, rouges et rosés Cotation du 23/12/2010 Semaine du 15 au 21/12/2010

Volume total des vins : Blancs : 36 411 hl Rouges et rosés : 91 610 hl

Prix moyen pondéré des vins retenus pour la cotation : Commission commission CEE

Vins Sans IG
Blancs, Rosés, Rouges : néant
Rouges et rosés : 14 143 hl - 12°38' - 4,56 €/°hl
Cotation complémentaire
Vins IGP (y compris OC et cépages)
Blancs : 35 549 hl - 12°08' - 89,24 €/°hl
Rouges et rosés : 77 467 hl - 12°85' - 64,31 €/hl
dont IGP de département : 12 745 hl - 11°91' - 53,98 €/hl.

NARBONNE

Cotation européenne du 16 décembre 2010 Semaine du 09 au 15/12/2010

VSIG : 20 000 hl - 12° - 4,60 €/°hl
VIGP : 80 000 hl - 12° - 60,00 €/hl
dont VDP de département : 45 000 hl - 12° - 56,00 €/hl
et VDP d'OC : 27 000 hl - 13° - 67,00 €/hl

AVIGNON

Commission de constatation des cours des vins et spiritueux de la Bourse d'Avignon Période du 27/11 au 06/12/2010

VINS DE FRANCE SIG
Rouge 2010 : 11° à 13°5' : 41 à 50 €/hl
Rosé 2009 : 12° à 14° : 45 €/hl
Rosé 2010 : 11°5' à 12°5' : 55 à 63 €/hl
Blanc Chardonnay 2010 : 13°6' : 90 €/hl
Pinot : 12°5' : 90 €/hl
VINS IGP
ARDECHE : 2009 Rouge 13° : 53 €/hl
2010 Rouge 13° à 13°5' : 64 €/hl
BOUCHES-DU-RHÔNE : 2010 Merlot bio 13° à 13°5' : 120 €/hl
2010 Rosé 12°5' à 13°5' : 55 à 60 €/hl
VAUCLUSE : 2010 Rouge 13° à 14° : 52 à 64 €/hl
2009 Merlot 13° : 60 €/hl
2009 Rouge 12°5' à 14° : 48 à 52 €/hl
2010 Rouge 12°5' à 13° : 55 à 60 €/hl
PRINCIPAUTE D'ORANGE : 2010 12°5' : 55 €/hl
COTEAUX DE L'ARDECHE : Rosé Cabernet 13° : 68 €/hl
Rosé 13° à 13°5' : 65 €/hl
Rouge 12° à 13° : 58 €/hl
IGP de la MÉDITERRANÉE : Blanc Chardonnay 13° à 14° : 85 à 90 €/hl
Rosé 12° à 13° : 58 à 65 €/hl
Rouge 12°5' à 13° : 45 à 57 €/hl
Rouge Merlot 14°7' : 55 €/hl

Commission européenne

VINS DE TABLE :
Rouge : 11 657 hl - 12°14' - 4,67 €/°hl
Blancs : 117 215 hl - 11°15' - 5,50 €/°hl
AOP
LUBERON : 2009 Rouge : 79 €/hl
2010 Rouge : 90 €/hl
2010 Rosé : 86 à 115 €/hl
2010 Rosé : 87 à 115 €/hl
CARIGNAN-LES-AMBEAUX : 2010 Rouge : 90 €/hl
COTEAUX D'AIX-EN-PROVENCE : 2009 Rosé : 115 €/hl
2010 Rosé : 120 à 125 €/hl
VENTOUX : 2010 Rouge : 78 à 88 €/hl
2010 Rosé : 82 à 88 €/hl
2010 Blanc : 100 à 110 €/hl
VIVARAIS : 2010 Blanc : 75 €/hl
CÔTES DU RHÔNE : 2010 Blanc : 125 à 150 €/hl
2010 Rosé : 100 à 115 €/hl
2009 Rouge : 85 à 120 €/hl
2010 Rouge : 90 à 105 €/hl
2010 Rouge bio : 175 à 220 €/hl
2010 Rouge bio exceptionnel : 345 €/hl
CÔTES DU RHÔNE VILLAGES : 2009 Rouge : 100 à 120 €/hl
2010 Rouge : 150 à 160 €/hl
CdRH VILLAGES avec n. de commune : SABLET 2010 : 165 €/hl
VISAN 2010 : 140 €/hl
CAIRANNE 2009 : 160 à 180 €/hl
VALRÉAS 2009 : 120 à 150 €/hl
SIGNARGUES 2009 : 152 €/hl
PLAN DE DIEU 2009 : 140 €/hl
APPELLATIONS LOCALES : GIGONNAS : 2010 : 490 €/hl - 2009 : 500 €/hl
TAVEL : 2010 : 275 à 277 €/hl
SAINT JOSEPH : 2010 : 440 €/hl - 2009 : 450 €/hl
CÔTE RÔTIE : 2009 : 1100 €/hl
CROZE HERMITAGE : 2009 : 370 à 420 €/hl
VACQUEYRAS : 2009 : 350 €/hl

SÈTE

Commission de cotation des vins de la Chambre de commerce de Sète - Frontignan - Mèze Du 22/12/2010

ITALIE
Blancs, Rosés, Rouges : néant
PAYS TIERS : néant
ESPAGNE
Blancs de blancs table : néant
AOC SAINT-CHINIAN : néant
AOC COTEAUX DU LANGUEDOC
En générique, en château : néant
VINS DE PAYS 10°5' à 11°5' :
Rouge : 55 à 57 €/hl
Rosé : 57 à 58 €/hl
VINS DE PAYS D'OC
Générique : 60 €/hl
Cépage Merlot : 63 à 70 €/hl
Cép. Cabernet-Sauvignon : 65 à 70 €/hl
Cépage Sauvignon : 85 à 90 €/hl
Cépage Syrah : 63 à 70 €/hl
Cépage Chardonnay : 90 à 95 €/hl
Lectio nu pris en propriété.
VINS DE TABLE
Rouges et Rosés : 50 à 56 €/hl
Blancs : /
Le degré-hecto nu pris en propriété.
Selon conditions de restitution et de paiement.

MONTPELLIER

Commission spéciale européenne du 22/12/2010 Du 26/11 au 16/12/2010

VDT : 12°4' - 23 369 hl - 4,55 €/°hl
VDP de l'Hérault rouge : 12°2' - 45 491 hl - 57 €/hl
VDP d'OC et cépages : 13° - 119 663 hl - 65 €/hl
VDP de zone : 12° - 2 785 hl - 62 €/hl
Tous VINS DE PAYS : 12°8' - 167 939 hl - 62 €/hl.

NÎMES

Commission chargée de la constatation des cours des vins et spiritueux

Cotation du 20 décembre 2010

VDT et VDP rouges et rosés : 10° à 12° et + 4,30 à 5,00 €/°hl
VINS DE PAYS
10° à 12° : 56 à 60 €/hl
Cépages : 62 à 70 €/hl
VINS SPÉCIAUX : 51 à 58 €/hl
Moyenne pondérée Cotation CEE
VDT : 16 000 hl - 11°6' - 4,45 €/°hl
VDP du Gard : 15 500 hl - 12°3' 57 €/hl
VDP de zone et Région Oc : 81 000 hl - 13°1' - 66 €/hl

BRIGNOLES

Cote officielle des vins du Var (constatation des prix des ventes signalées) Du 18/08/2010

CÔTES DE PROVENCE
Rouges : 110 à 145 €/hl
Rosés : 140 à 160 €/hl
Blancs : 100 à 150 €/hl
CÔTES DE PROVENCE SÈTE-VICTOIRE :
Rouges, Rosé, Blancs : sans affaires
CÔTES DE PROVENCE LA LONDE :
Rouges, Rosé, Blancs : sans affaires
COTEAUX VARS EN PROVENCE
Rouges : sans affaires
Rosés : 95 à 105 €/hl
Blancs : sans affaires
COTEAUX D'AIX-EN-PROVENCE
Rouges : 115 €/hl
Rosés : 120 à 128 €/hl
Blancs : sans affaires
VINS DE PAYS DES MAURES
Rouges : sans affaires
Rosés : 60 à 75 €/hl
Blancs : sans affaires
VINS DE PAYS DES COTEAUX DU VERDON
Rouges, Rosés, Blancs : sans affaires
VINS DE PAYS D'ARGENS
Rouges, rosés, Blancs : sans affaires
VINS DE PAYS DU VAR
Rouges : 60 à 70 €/hl
Rosés : 65 à 80 €/hl
Blancs : 60 à 70 €/hl
VINS DE TABLE :
Rouges : 48 €/hl
Rosés : sans affaires
Blancs : sans affaires

N.B. : les prix ci-dessus mentionnés s'entendent selon degré, qualité et délai d'enlèvement.

CORSE

Commission de cotation de FranceAgriMer-Bastia Du 11 au 17/12/2010 Années de récolte : 2007 à 2009

VINS ROUGES ET ROSÉS
VINS DE TABLE : /
VINS DE PAYS :
De 10°9' à 12° :
4 500 hl - 12° - 81,93 €/hl - 6,83 €/°hl
Plus de 12° : /
TOTAL VINS DE PAYS :
4 500 hl - 12° - 81,93 €/hl - 6,83 €/°hl
dont vins de pays de Région : /
dont vins de pays de Zone :
4 500 hl - 12° - 81,93 €/hl - 6,83 €/°hl
* TOTAL GÉNÉRAL :
4 500 hl - 12° - 81,93 €/hl - 6,83 €/°hl
Vins de type R1 :
4 500 hl - 12° - 81,93 €/hl - 6,83 €/°hl
dont vins de pays :
4 500 hl - 12° - 81,93 €/hl - 6,83 €/°hl
Vins de type R2 : /
VINS BLANCS
VINS DE PAYS : /
TOTAL VINS DE PAYS : /
TOTAL GÉNÉRAL : /