

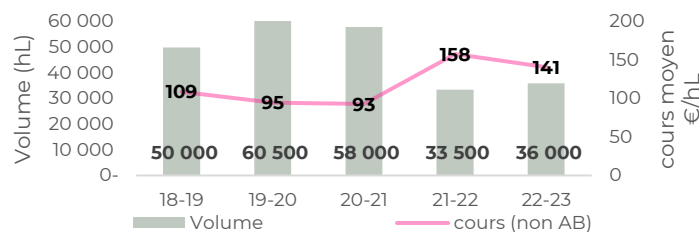
Chiffres clés sur les opérateurs

Sorties de chais 2022-2023	=	Vente directe et Vente au négoce	+	Vente directe uniquement	+	Vente au négoce uniquement
370 producteurs		166 producteurs		177 producteurs		27 producteurs
43 négociants	=	Adhérents UMVL	+	Négociants liés* hors UMVL	+	Négociants non liés* hors UMVL
		14 négociants		14 négociants		15 négociants
		61% du volume total		17% du volume total		22% du volume total

Chiffres clés sur les volumes de vente au négoce

Sorties de chais et ventes au négoce totales :

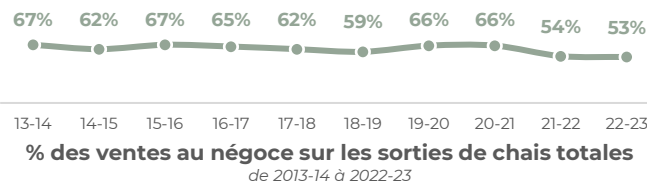
En moyenne, sur les 5 dernières campagnes, les sorties de chais totales de Muscadet AC représentent 78 500 hL. Au sein des sorties de chais totales, les ventes au négoce oscillent entre 33 500 hL et 60 500 hL, selon les campagnes et la générosité de la récolte. En 2022-2023 le cours moyen du vrac non AB est à 141 €/hL (tous types de vrac et de millésimes confondus). Les transactions AB sont trop peu nombreuses et ne permettent pas le calcul d'un cours : 600 hL cumulés sur les 5 dernières campagnes (0,15% du volume moyen annuel).



Sorties de chais en ventes au Négoce et cours moyen du vrac de 2018-19 à 2022-23

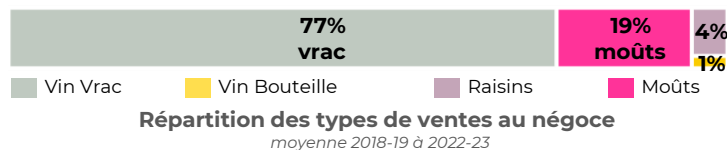
Evolution de la vente au négoce sur 10 ans

Sur un historique plus long (10 ans, ci contre), les deux derniers millésimes 2021 et 2022, marqués par une faible récolte liée au gel historique en 2021 (22 100 hL) et à la sécheresse en 2022 (47 300 hL) sont ceux pour lesquels le poids des ventes au négoce est le plus faible. En 2022-23, les ventes au négoce ont représenté 53% des sorties de chais totales et en 2021-22, 54%.

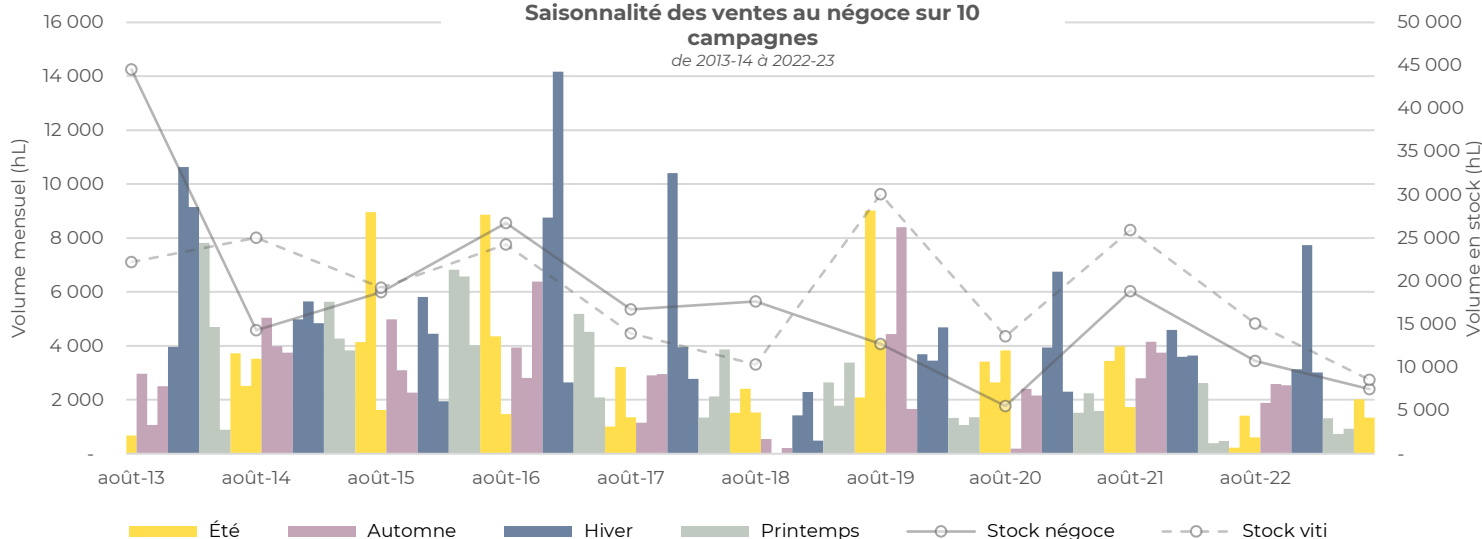


Types de produits achetés par les négociants :

Les échanges de vrac sont majoritaires (77 % du volume des achats en moyenne sur les 5 dernières campagnes). La vendange fraîche représente 23% des échanges (19% en moûts et 4% en raisins). Les vins conditionnés (bouteilles) représentent 1 % des achats du négoce sur 5 campagnes.



Saisonnalité des ventes au négoce sur 10 campagnes



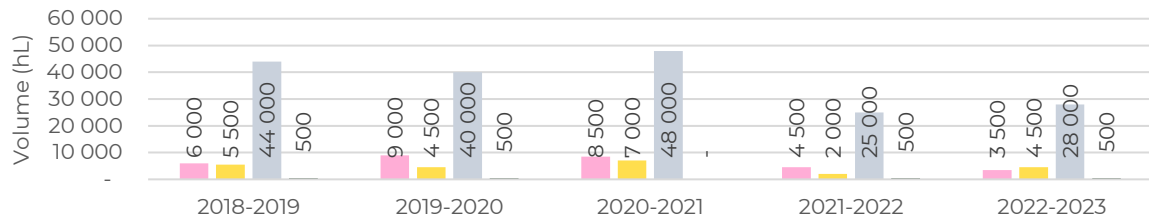
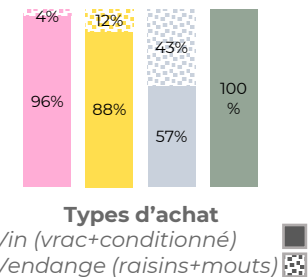
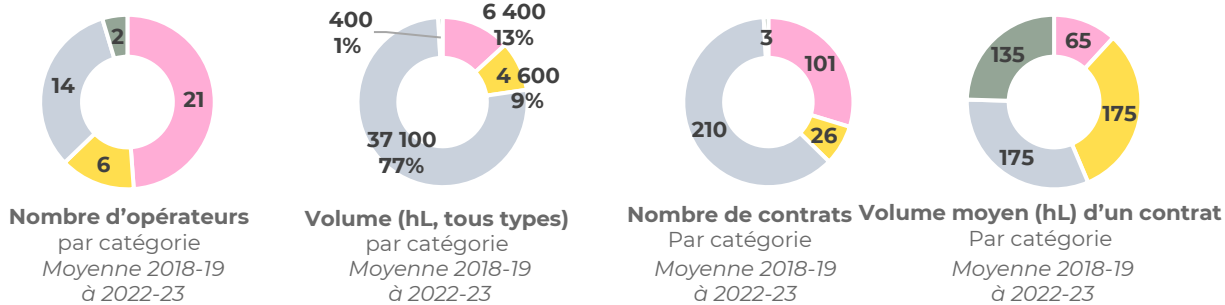
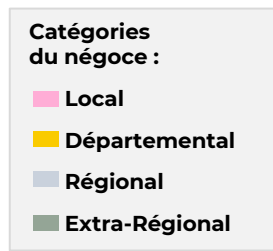
Saisonnalité des ventes :

La vente au négoce de Muscadet AC n'est pas marquée par une saisonnalité définie. Jusqu'à la campagne 2022-23, des ventes au négoce sont réalisées sur tous les mois de la campagne.

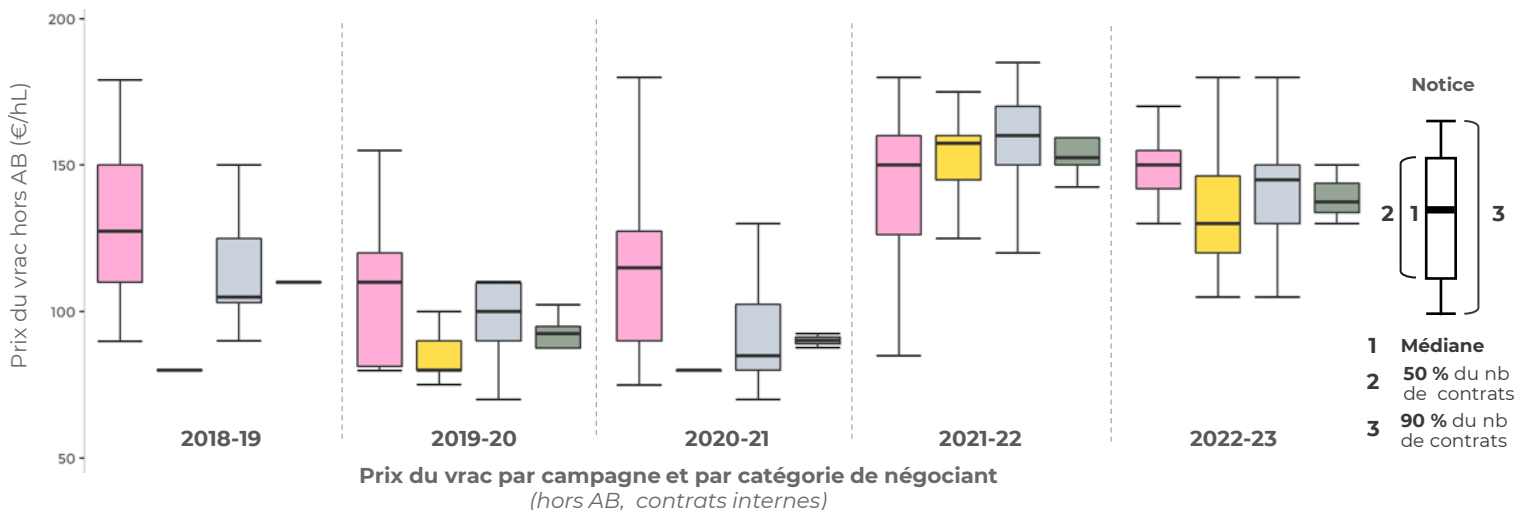
Deux patterns se distinguent toutefois sur le graphique ci-dessous :

- Un temps fort hivernal, sur les mois de décembre, janvier, février. Ce pattern est 'habituel' dans les échanges de vins de Loire.
- Sur certaines campagnes, un temps fort estival, sur juin et juillet, à l'approche de la récolte. Exemples 2015-16, 2018-19, 2019-20.

Typologie géographique des négociants actifs - Graphiques



Évolution des volumes totaux selon la catégorie de négociant (vrac + bouteilles + raisins + mouts)



Typologie géographique des négociants actifs - Analyse

Le négoce « local » est situé dans les départements 44 et 85, avec un approvisionnement dans cette zone. Il représente 13% des achats en volume (2^e acteur en volume).

Il est caractérisé par un grand nombre d'acteurs (21) et de contrats (101 contrats/campagne) de petits volumes (65 hL/contrat). Ses achats varient de 3 500 à 9 000 hL / campagne. Le volume acheté par le négoce local suit une tendance à la baisse sur les 3 dernières campagnes, marquées par une baisse des disponibilités, à suivre sur les futures campagnes.

40% des achats du négoce local concernent le millésime en cours et 11% s'effectuent entre structures liées par leur capital (contrats internes), dont les prix sont exclus des cotations d'InterLoire.

La médiane des prix pratiqués par les prix sont très variables au sein d'une campagne. Le négoce local est parmi la plus élevée (sauf campagne 2021-22) et

Le négoce local est également l'unique acheteur de vin biologique bien que ces volumes soient très réduits (600 hL cumulés sur 5 campagnes, soit 0,25% du total échangé).

Le négoce « départemental » est localisé en 44 et 85 et ne s'approvisionne pas uniquement dans cette zone. Il est le 3^e acteur en volume, avec 9% des achats.

Les acteurs sont peu nombreux (6) et le nombre de contrats est réduit (26 contrats/campagne). En revanche le volume moyen par contrat est élevé (175 hL/contrat). Le volume acheté par campagne est globalement stable, entre 4 500 hL et 7 000 hL.

7% du volume d'achats du négoce départemental concernent des structures liées par leur capital. Les prix médians sont en dessous

des autres catégories, sauf campagne 2021-22.

La gamme des prix pratiqués montre une variabilité faible de 2018-19 à 2020-21 mais celle-ci augmente sur les deux dernières campagnes.

Les achats du négoce départemental se tournent principalement vers d'anciens millésimes (37% des achats sur millésime en cours).

Le négoce « régional » contient les négociants du 49, 72, 79, 37, 41, 86 ainsi que les maisons de négoce d'envergure régionale dont le siège se situe dans en 44 et 85

Il est, de loin, le 1^{er} acteur en volume sur l'appellation avec 77% des volumes achetés

Il propose un très grand nombre de contrats (210 contrats/campagne) de volume plus faible que ceux du négoce départemental mais plus élevé que le local (135 hL/contrat).

69% de ses achats concernent le millésime en cours. Les volumes sont stables de 2018-19 à 2020-21 mais les deux dernières campagnes sont en retrait, en lien avec des disponibilités faibles de la récolte et 43% des achats se tournent vers la vendange fraîche (principal acheteur de vendange).

3% des volumes achetés par le négoce régional concerne des structures liées. Les prix médians sont parmi les plus élevés.

Le négoce « extra régional » regroupe des sociétés hors Val de Loire. Il représente 1% des achats en volume Les acteurs sont peu nombreux (2) et proposent peu de contrats (3 contrats par campagne) et concernent des volumes unitaires élevés (175 hL par contrat). Pas d'achat en AB.