

## Chiffres clés sur les opérateurs

Sorties de chais 2022-2023 <b>116 producteurs</b>	=	Vente directe et Vente au négoce <b>80 producteurs</b>	+	Vente directe uniquement <b>26 producteurs</b>	+	Vente au négoce uniquement <b>10 producteurs</b>
<b>43 négociants</b>	=	Adhérents UMVL <b>13 négociants</b> 56% du volume total	+	Négociants liés* hors UMVL <b>14 négociants</b> 28% du volume total	+	Négociants non liés* hors UMVL <b>16 négociants</b> 16% du volume total

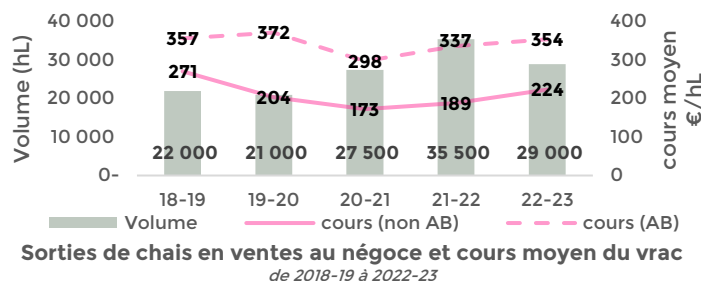
## Chiffres clés sur les volumes de vente au négoce

### Sorties de chais et ventes au négoce totales :

En moyenne, sur les 5 dernières campagnes, les sorties de chais annuelles totales de Saint-Nicolas de Bourgueil rouge représentent 55 000 hL.

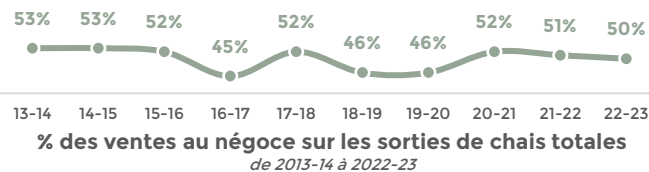
Au sein des sorties de chais totales, les ventes au négoce oscillent entre 21 000 hL et 35 500 hL, selon les campagnes et la générosité de la récolte.

En 2022-2023 le cours moyen du vrac non AB est à 224 €/hL (tous type de vrac et de millésimes confondus). Le cours AB est supérieur de 130€ au cours conventionnel, soit +58% (tous type de vrac et de millésimes confondus).



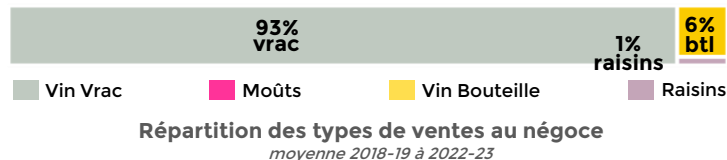
### Evolution de la vente au négoce sur 10 ans

Les ventes au négoce représentent en moyenne 50% des sorties de chais sur 10 campagne. Cette proportion diminue légèrement en relief des aléas de production.

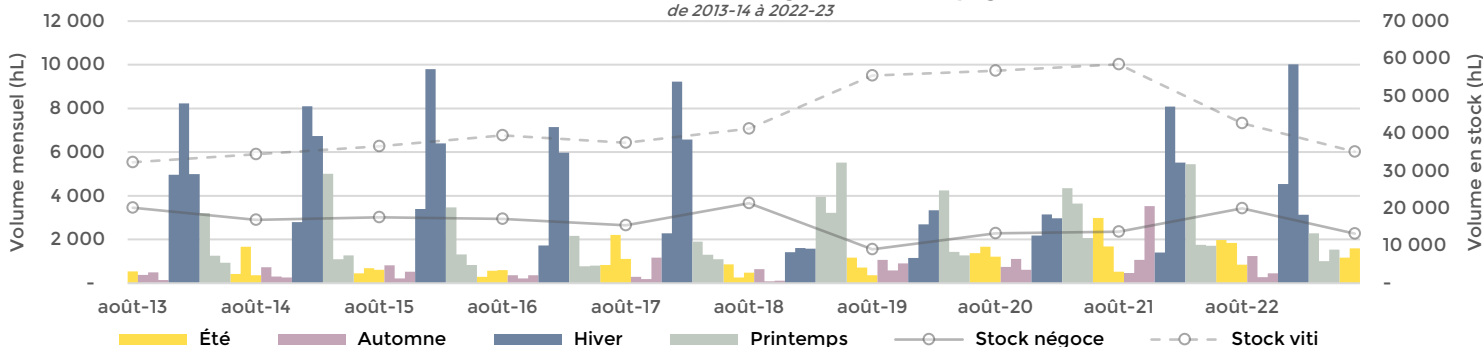


### Types de produits achetés par les négociants

Les échanges de vrac sont très largement majoritaires (93 % du volume des achats en moyenne sur les 5 dernières campagnes). Les vins conditionnés (bouteilles) représentent 6 % des achats du négoce et les raisins 1%.



### Saisonnalité des ventes au négoce sur 10 campagnes



### Saisonnalité des ventes :

La saisonnalité des ventes au négoce est historiquement marquée par un écoulement rapide du vrac sur les premiers mois calendaires (janvier, février, mars). Jusqu'à la campagne 2017-18, 80% du volume de vente étaient atteints en février.

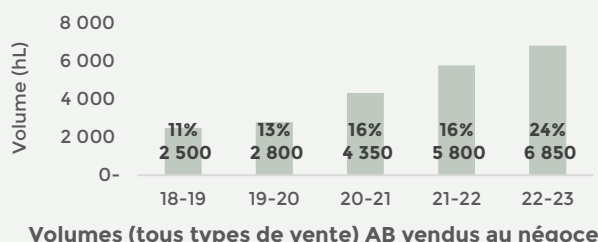
De 2018-19 à 2020-21, les ventes s'étalent dans la saison. Ce décalage n'est pas lié à une baisse des disponibilités : les stocks viticulteurs croissent sur ces périodes. A contrario, le stock du négoce se réduit, en lien avec une baisse contextuelle des ventes en grande distribution, amorcée avant Covid mais renforcée par les confinements successifs. Les achats du négoce ont donc été adaptés sur cette période. La situation se rétablit depuis la campagne 2022-23, avec le retour d'un pic d'achat en janvier et 80% des volumes vendus en mars.

### L'agriculture biologique :

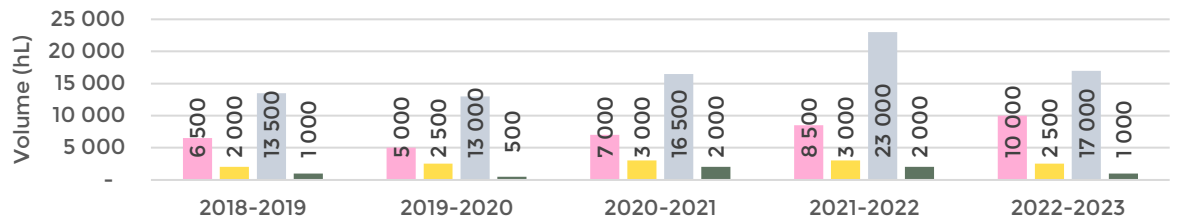
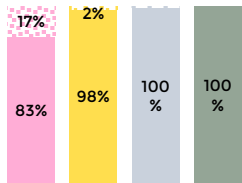
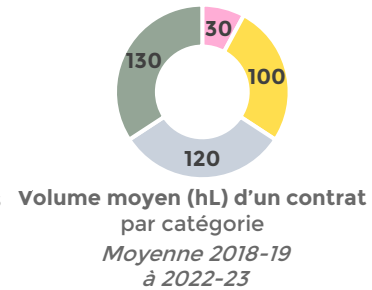
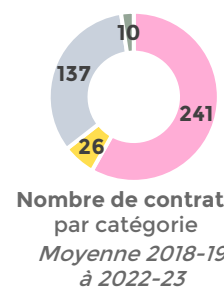
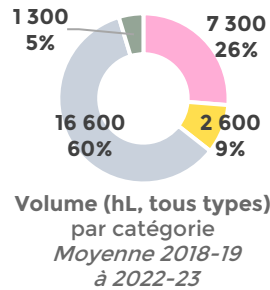
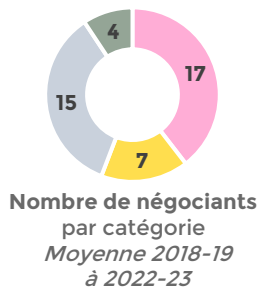
Les achats de vins biologiques sont en croissance : de 2 500 hL en 2018-2019, ils atteignent 6 850 hL en 2022-23 (+176%).

En 2022-2023, St Nicolas de Bourgueil est la 2<sup>e</sup> appellation de vin de Loire la plus prisée par les négociants en AB, après Chinon (8 450 hL en 2022-23).

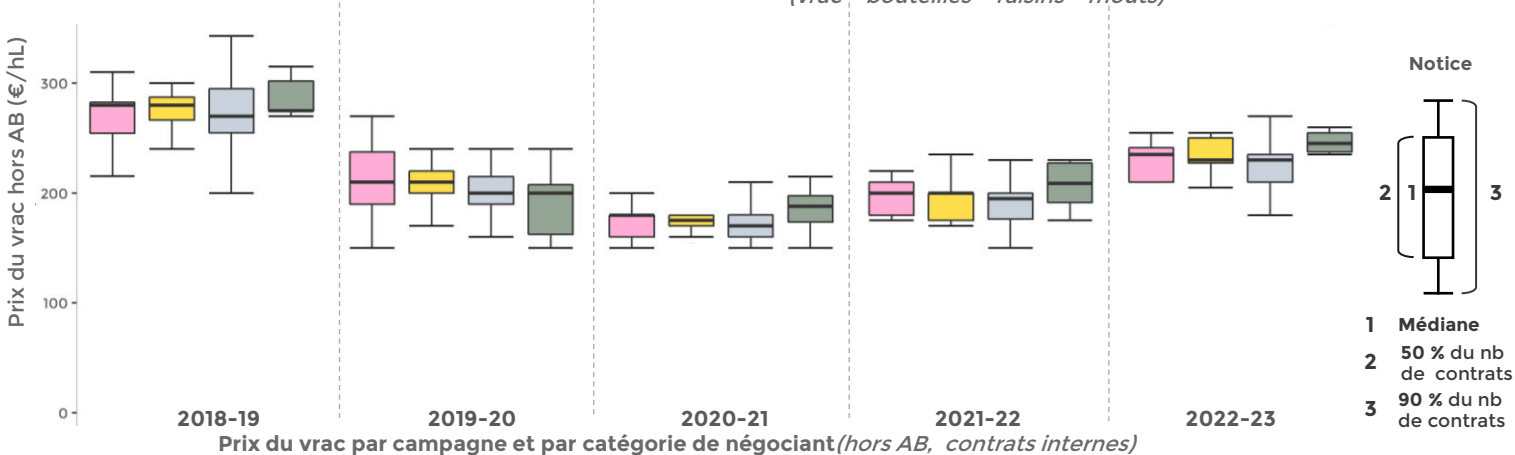
Les vins finis représentent 100% des achats AB du négoce (85% de vrac + 15% de bouteilles).



## Typologie géographique des négociants actifs - Graphiques



**Types d'achat**  
Vin (vrac+conditionné)  
Vendange (raisins+moûts)



## Typologie géographique des négociants actifs - Analyse

**Le négoce « local »** est situé sur la zone d'appellation. Il représente 26% des achats en volume (2<sup>e</sup> acteur) avec une moyenne de 7 300 hL sur 5 campagnes. Sur cette période, ses volumes achetés progressent graduellement pour atteindre 10 000 hL en 2022-23 (+53% depuis 2018-19).

Le négoce local est porté par 17 acteurs, produisant un très grand nombre de contrats (241 contrats/campagne) de petits volumes (30 hL/contrat). Les échanges entre structures liées par leur capital (contrats internes), dont les prix sont exclus des cotations d'InterLoire, concernent 60% des volumes.

Le négoce local s'approvisionne à 53% sur le millésime en cours, principalement en vin fini (92% de ses volumes).

Il est également le 1<sup>er</sup> acteur dans les achats de vin biologique avec en moyenne 4 500 hL de vin AB acheté par campagne, soit 51% de ses achats. Sur l'ensemble des cinq dernières campagnes, le négoce local a acheté 83% du volume total de vin AB.

**Le négoce « départemental »** est localisé en 37, hors zone d'appellation. Il est le 3<sup>e</sup> acteur en volume et représente 15% des volumes. Ses achats sont stables sur 5 campagnes (2 600 hL).

Les acteurs sont peu nombreux (7), le nombre de contrats est réduit (26 contrats/campagne) avec des volumes moyens de 100 hL/contrat. Il n'y a pas de transactions entre structures liées à l'échelle départementale.

L'approvisionnement est tourné vers le millésime en cours (79%), très majoritairement en vin fini (98%). Le négoce départemental n'achète pas de vin AB.

**Le négoce « régional »** contient les négociants dont le siège est situé dans le périmètre des départements d'InterLoire, hors 37 : 44, 85, 86, 79, 49, 41, 72.

En moyenne sur 5 campagnes, il est le 1<sup>er</sup> acteur en volume sur l'appellation avec 60% des volumes achetés (16 600 hL/campagne). Les volumes varient de 13 000 hL à 23 000 hL selon la disponibilité de la récolte.

Le négoce régional est porté par 15 opérateurs et propose un grand nombre de contrats (137 contrats/campagne) de volume élevé (120 hL/contrat). Il s'approvisionne uniquement en vin fini et sur le millésime en cours (75%). Les transactions entre structures liées concernent moins de 1% des volumes.

Le négoce régional est peu porté sur les vins AB, avec une moyenne de 700 hL par campagne soit 4% de ses achats. Sur 5 campagnes, le négoce régional a acheté 16% des volumes AB.

**Le négoce « extra régional »** regroupe des sociétés situées hors du périmètre InterLoire. Il représente 5% des achats en volume (1 300 hL en moyenne sur cinq campagnes).

Les acteurs sont peu nombreux (4). Ils proposent peu de contrats (10 contrats par campagne) et concernent des volumes unitaires élevés, de 130 hL par contrat. Il s'approvisionne uniquement en vin fini, à 82% sur le millésime en cours.

Les achats de vin biologique par le négoce départemental sont très faibles, moins de 100 hL par campagne soit 3% de ses achats. Cela correspond à 1% des achats AB sur 5 campagnes.

**Nota Bene :** Sur St-Nicolas de B., les prix ne présentent pas de différences particulières selon les typologies, ni en médiane ni en variance, à la différence de la plupart des autres appellations.