

Points-clés

- Au **1^{er} stade de commercialisation** sur le **début de la campagne 2022/23** (cumul à 15 semaines), les volumes échangés sont en forte hausse par rapport à la campagne précédente. Les volumes de l'année dernière étaient beaucoup plus faibles en répercussion des faibles volumes de la récolte 2021. De plus, les températures anormalement douces jusqu'à présent ont pu favoriser le commerce de vin, notamment en blancs et rosés. Les prix s'orientent à la baisse pour la majorité des catégories. Sur le deuxième mois de la campagne AOP 2022/23, les volumes sont en baisse pour les rouges et blancs et les prix enregistrés sont en hausse pour les AOP rosés et blancs.
- **Durant les 10 premiers mois de l'année 2022**, les ventes de vins tranquilles en grande distribution ont représenté 136 millions de cols pour un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros en cumul. Les ventes sont donc en baisse de 2 % en volume par rapport à 2021 (- 1 % par rapport à la moyenne 2019/21) et de 3 % en valeur par rapport à 2021 (- 4 % par rapport à la moyenne 2019/21).
- **Sur les 2 mois premiers mois de la campagne 2022/23**, les exportations françaises de vin se stabilisent en volume, probablement sous l'effet de l'inflation et de l'apparition de tensions économiques mondiales. La valeur exportée est toutefois soutenue par les exportations de vins en bouteille et des vins effervescents, qui résistent mieux que les vins en vrac dans ce contexte. Les trois premiers clients de la France (États-Unis, Allemagne et Royaume-Uni) connaissent des replis importants en volume, alors que ces derniers se maintiennent voire progressent fortement notamment vers les pays de l'UE (hors Allemagne). Quant aux importations, elles progressent de nouveau (+ 4 % en volume) et s'apprécient fortement, soutenues à la fois par un regain de demande en vrac et par les bonnes performances du Prosecco et du Cava.

Marchés à la production

Cumul des transactions à 15 semaines de la campagne 2022/23 (août 2022 à novembre 2022)*

	Transactions au 1 ^{er} stade de vin en vrac					
	Rouges		Rosés		Blancs	
Cumul août 2022- Novembre 22 (à 15 semaines de campagne 2022/23)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)
Vins de France (SIG)	102 218 +0% ⇒	75,81 -2% ↓	109 112 +152% ↑	67,17 -13% ↓	184 065 +105% ↑	99,12 +8% ↑
Dont VDF de cépage	66 920 +104% ↑	82,26 -5% ↓	21 513 +492% ↑	94,39 -16% ↓	79 243 +128% ↑	110,87 +4% ↑
IGP	134 336 -32% ↓	94,57 +4% ↑	249 297 +26% ↑	91,04 -1% ↓	384 274 +122% ↑	111,50 -4% ↓
Dont IGP de cépage	99 966 -32% ↓	97,07 +5% ↑	110 687 +5% ↑	91,92 -1% ↓	336 844 +123% ↑	112,65 -5% ↓
AOP (cumul 2 mois, Septembre 2022)	↓	↓	↑	↑	↓	↑

* Pour les données AOP, analyse sur 2 mois de campagne uniquement (fin septembre 2022). Au stade de la première commercialisation en vrac, en moyenne sur les 5 dernières années, les VDF (SIG) représentent 19 % des transactions, les IGP représentent 63 % des transactions et les AOP représentent 18 % des transactions.

Source : FranceAgriMer d'après contrats d'achat vrac VSIG et IGP et d'après Interprofessions régionales pour les AOP

À ce stade de la campagne 2022/23, les ventes de vins se répartissent entre le millésime 2022, à 47 %, et les millésimes antérieurs à 53 %. La majorité des volumes s'orientent à la hausse par rapport à la campagne précédente. Seuls les IGP rouges présentent des volumes en baisse de 32 % (de même pour les IGP avec mention de cépage). Ces hausses restent conséquentes : + 492 % pour les Vins De France (VDF) rosés de cépage, + 128 % pour les VDF blancs de cépage ou encore + 122 % pour les IGP blancs. Ces différences avec les volumes de la campagne précédente peuvent s'expliquer par la faiblesse des échanges en débuts de campagne 2021/22. De plus, les températures douces qui ont perduré jusqu'à présent ont éventuellement pu maintenir une activité inhabituelle sur le commerce de vins rosés et blancs notamment.

Concernant les prix moyen, ils sont en baisse pour la majorité des catégories et couleurs. Seuls les rouges IGP et les VDF blancs affichent des hausses de l'ordre de 5%. Les baisses les plus conséquentes sont portées par les rosés VDF, et s'élèvent à -13% (-16% pour les vins de cépages).

En ce début de campagne des vins AOP, les évolutions sont peu représentatives de la campagne actuelle, beaucoup d'appellation n'étant pas encore mise en marché pour le millésime 2022. Les volumes sont en hausses uniquement pour les rosés. Concernant les prix, ils sont en baissent uniquement pour les AOP rouges

Consommation

Les ventes de vins effervescents en grande distribution (HM + SM + EDMP FR + E-commerce GSA + Proxi) durant les 10 premiers mois de 2022 (du 02/01/2022 au 06/11/2022) ont été en baisse en valeur et en volume par rapport à la même période en 2021, de respectivement -1,9% et -3,0%. Les volumes vendus sont également en baisse par rapport à la moyenne 3 ans (-0,6%) alors que les valeurs se maintiennent à 3,7 points au-dessus de la moyenne. Le prix moyen est donc en progression en 2022 par rapport à la moyenne. Les achats de Champagne ont connu une forte baisse en volume par rapport à la même période en 2021 (-10,6%). Les vins effervescents étrangers, tirés par le Prosecco italien, ont confirmé leur progression tout au long de la période, avec une offre qui continue de se développer (gain en linéaire notamment). Les ventes de vins effervescents AOP ont été en croissance par rapport à la moyenne 3 ans en volume comme en valeur. Toutefois, certaines appellations ont été davantage en difficulté comme la Blanquette de Limoux ou le Crémant de Bordeaux. Les ventes de cuves closes et les pétillants et aromatisés sont toujours mal orientées (-9,4% en volume et -3,3% en valeur vs moy. 3 ans pour les cuves closes, -44,1% et -34,1% pour les vins pétillants et aromatisés).

Ventes de vins effervescents en grande distribution (HM+SM+Proxi+E-Commerce GSA+EDMP FR) (Du 2 janvier 2022 au 6 novembre 2022)

		Volume (Millions éq. 75cl)	Évolution par rapport à 2021	Évolution par rapport moy. 2019/21	Valeur (Millions €)	Évolution par rapport à 2021	Évolution par rapport à moy. 2019/21
Total des ventes (effervescents alcoolisés)		136,2	↓ -1,9%	↓ -0,6%	1 054,5	↓ -3,0%	↑ 3,7%
Ventes par segment	AOP (hors Champagne)	35,0	↑ 3,2%	↑ 3,7%	218,6	↑ 4,7%	↑ 5,6%
	Cuves closes	45,4	↓ -3,4%	↓ -9,4%	137,5	↑ 0,7%	↓ -3,3%
	Effervescents étrangers	24,2	↑ 4,1%	↑ 17,0%	141,1	↑ 7,8%	↑ 22,8%
	Pétillants & aromatisés	0,9	↓ -19,2%	↓ -44,1%	3,5	↓ -11,9%	↓ -34,1%
	Champagne	26,0	↓ -10,6%	↓ -2,1%	538,5	↓ -9,1%	↑ 1,0%

Commerce extérieur

Sur les **2 premiers mois de la campagne 2022/23**, les exportations sont stables en volume et augmentent de 12% en valeur par rapport à août-septembre 2021. Les pays tiers sont en repli (-3%), pénalisés par une chute importante des exportations à destination du Royaume-Uni (-18%) mais également par une inflexion des exports vers les États-Unis (-2%) qui étaient jusqu'alors un des marchés les plus dynamiques. Les exportations vers l'UE progressent quant à elles de 5% en volume, malgré le repli de l'Allemagne (-13%).

Cependant, les exportations augmentent nettement en valeur (+12%) vers l'ensemble des principaux marchés français, grâce au maintien des exports des catégories les mieux valorisées (vins en bouteille et vins effervescents). En effet, les exportations de vins en bouteille et les vins effervescents sont en croissances (respectivement +2% et +2% en volume) alors que les exportations de gros vrac (>10 L) et petit vrac (>2 L mais <10 L) baissent de respectivement -16% et -10% par rapport à la campagne précédente. Par conséquent, le prix moyen sur ces deux premiers mois de campagne progresse (+11% à 8,76 €/L). Les États-Unis, premier pays client en volume et en valeur, sont pénalisés par une forte baisse des exports de gros vrac (-60%). Depuis la suspension des taxes Trump en mars 2021, qui avaient favorisé les vins en vrac, cette catégorie est en fort repli au profit des vins en bouteille. Le Royaume-Uni, 3^e pays client, est en fort repli en volume (-18%) et en légère croissance en valeur (+1%) par rapport à la campagne précédente. L'inflation explique probablement l'essentiel du repli de ce marché. Les vins en bouteilles sont particulièrement pénalisés (-20%) alors que les vins effervescents parviennent à conserver une croissance de 3%. Parmi les pays de l'UE 27, l'Allemagne est en fort repli et passe désormais comme 2^e destination à l'export pour les exportations françaises de vin. Les perturbations économiques ainsi que l'inflation peuvent expliquer cette baisse. Enfin, malgré une baisse de 54% des volumes de gros vrac, les Pays-Bas sont particulièrement dynamiques en volume (+34%), portés tout particulièrement par la croissance des vins en bouteille (+44%). Les Pays-Bas constituent cependant une

plateforme de réexportation pour les vins français. Ce dynamisme peut ainsi traduire de bonnes performances d'autres pays à travers ces réexports.

Exportations de vins vers les 5 principales destinations – Bilan 2 mois campagne 2022/23 (août-septembre)

	Exportations					
	Volume (Millions hl)	Evolution (1 an)	Valeur (Milliards €)	Evolution (1 an)	Prix (€/l)	Evolution (1 an)
MONDE	2,35	0%	2,06	12%	8,76	11%
UE 27	1,02	5%	0,55	7%	5,32	2%
Pays Tiers	1,33	-3%	1,51	13%	11,41	16%
Etats-Unis	0,34	-2%	0,47	25%	13,83	27%
Allemagne	0,28	-13%	0,13	8%	4,72	25%
Royaume Uni	0,23	-18%	0,22	1%	9,57	23%
Pays-Bas	0,21	34%	0,07	13%	3,33	-16%
Belgique	0,21	5%	0,11	5%	5,04	0%

Source: Douane française

Les importations françaises de vin affichent des prix en nette hausse sur ces deux premiers mois de campagne, aussi bien pour les pays tiers (+ 14 % à 4,91€/l) que pour les pays de l'UE 27 (+ 20 % à 1,21 €/L). Les importations en volume progressent de 4 %, portées notamment par les pays tiers et plus particulièrement par l'Afrique du Sud qui affiche une progression de 101 % en volume par rapport à la campagne précédente. Parmi les pays de l'UE 27, les importations en provenance de la Grèce connaissent une croissance fulgurante, plaçant le pays parmi les 5 principaux pays exportant en France sur ce cumul 2 mois. Ces performances, liées à une forte progression des vins en gros vrac, sont cependant à relativiser par rapport aux faibles volumes importés lors du cumul août-septembre 2021 ainsi que par une période de comparaison bimensuelle limitée. Enfin, les vins en provenance d'Espagne poursuivent leur baisse (- 4 %) mais restent toujours largement majoritaires dans les importations françaises.

Les vins en vrac constituent 74 % des importations françaises sur ce cumul. Les vins en gros vrac (72 % des parts de marchés volume) connaissent une progression de 8 % malgré une légère baisse des volumes en provenance d'Espagne (- 1 %), le premier fournisseur de ces vins pour le marché français. La France a toujours des difficultés à satisfaire la demande en vins SIG, à la fois sur son propre marché, mais aussi sur ses marchés d'exportation, par manque de disponibilités de vin entrée de gamme. La majeure partie des volumes importés correspond donc à des vins en vrac SIG de l'UE, essentiellement en provenance d'Espagne. Cependant, les importations de vins effervescents continuent leur croissance importante (+ 7 %). Le Prosecco continue en effet sa progression (+ 11 % par rapport à la campagne précédente) alors que les importations de Cava repartent à la hausse (+ 19 %) après plusieurs années de baisse.

Importations de vins vers les 5 principales origines – Bilan 2 mois campagne 2022/23 (août-septembre)

	Importations					
	Volume (Millions hl)	Evolution (1 an)	Valeur (Milliards €)	Evolution (1 an)	Prix (€/l)	Evolution (1 an)
MONDE	1,03	4%	0,16	31%	1,60	26%
UE 27	0,92	1%	0,11	22%	1,21	20%
Pays Tiers	0,11	34%	0,05	53%	4,91	14%
Espagne	0,65	-4%	0,04	20%	0,61	25%
Italie	0,14	2%	0,04	31%	2,74	28%
Portugal	0,05	-21%	0,01	-18%	2,87	3%
Afrique du Sud	0,04	101%	0,006	96%	1,50	-3%
Grèce	0,03	10056%	0,005	3145%	1,50	-68%

Source: Douane française

Directrice de la publication : Christine Avelin / Rédaction : direction Marchés, études et prospective

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 - www.franceagrimer.fr

FranceAgriMer
@FranceAgriMerFR