

# CONJONCTURE VIN ET CIDRE



Octobre 2022

Volumes et prix des ventes de vins en vrac :  
cumul à 52 semaines 2021/22<sup>1</sup>

2021/22	Volumes cumulés <sup>2</sup> (en milliers d'hl)					
	Rouges		Rosés		Blancs	
<b>Total VDF<sup>3</sup></b>	<b>560,229</b>	<b>-33%</b>	<b>345,599</b>	<b>-20%</b>	<b>634,893</b>	<b>-35%</b>
dont VDF cépages	281,474	-34%	75,812	-34%	370,808	-31%
<b>Total IGP</b>	<b>2 604</b>	<b>-27%</b>	<b>2 139</b>	<b>-29%</b>	<b>1 433</b>	<b>-32%</b>
dont IGP cépages	2 162	-25%	1 223	-26%	1 225	-34%
<b>AOP</b>	↘		↘		↘	

2021/22	Prix moyens cumulés <sup>2</sup> (en €/hl)					
	Rouges		Rosés		Blancs	
<b>Total VDF<sup>3</sup></b>	<b>84,84</b>	<b>+15%</b>	<b>86,86</b>	<b>+10%</b>	<b>107,55</b>	<b>+32%</b>
dont VDF cépages	90,98	+17%	89,71	+14%	116,07	+28%
<b>Total IGP</b>	<b>97,69</b>	<b>+9%</b>	<b>97,17</b>	<b>+8%</b>	<b>125,40</b>	<b>+24%</b>
dont IGP cépages	99,45	+9%	95,44	+7%	128,37	+25%
<b>AOP</b>	↗		↗		↘	

## Marchés à la production

### Bilan des transactions de la campagne 2021/22 :

Le bilan de campagne 2021/22, cumul 52 semaine, met en évidence une baisse des volumes de transaction sur l'ensemble des segments par rapport à la campagne 2020/21. Les données portent sur le cumul d'août 2021 à fin juillet 2022.

Les transactions pour les Vins De France (SIG) régressent en volume. Cette baisse est de l'ordre de 30 % sur l'ensemble des couleurs, à l'exception des vins rosés, dont les volumes totaux baissent de 20 %. Les cours des Vins De France, en revanche, sont haussiers par rapport à la campagne précédente pour l'ensemble des catégories. Les VDF blancs se démarquent avec les hausses les plus conséquentes, que ce soit au total ou pour les vins avec mention de cépage.

Les transactions de vin en vrac IGP régressent également par rapport à la campagne précédente. Cette baisse concerne l'ensemble des couleurs. De même, au global, le prix moyen des IGP est en hausse par rapport à la campagne précédente. Les prix des vins blancs demeurent ceux qui progressent le plus par rapport à 2020/21.

En ce qui concerne les transactions de vin AOP, les volumes sont en régression. Les prix moyens, quant à eux, sont en hausse pour les AOP, à l'exception des vins blancs.

1. Évolutions par rapport à 52 semaines de campagne 2020/21 pour les IGP et les VSIG et à 12 mois de campagne 2020/21 pour les AOP.

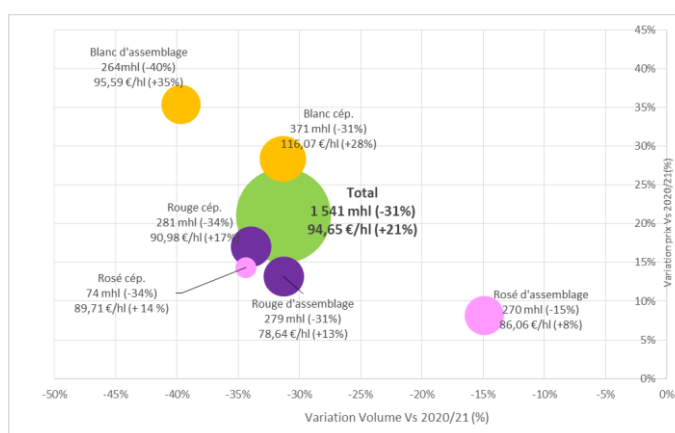
2. Tous millésimes confondus

## Marché Vin De France (SIG) : Bilan de campagne 2021/22

À 52 semaines de la campagne 2021/22, le cumul des ventes en vrac du marché **Vin De France** affiche une baisse des échanges en volume par rapport à la campagne 2020/21.

En cumul sur 12 mois de campagne, les échanges de Vin De France s'élèvent ainsi à 1,54 million d'hl, soit un niveau inférieur de 31 % par rapport à la campagne précédente.

### Transaction vrac Vin de France (SIG) à 52 semaines de la campagne 2021/2022 (tous millésimes confondus)



Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Avec un volume cumulé de 813 milliers d'hl, les ventes de **Vin De France d'assemblage**, qui représentent environ 53% du total, sont en baisse par rapport au cumul de la campagne précédente. Cette dernière est principalement portée par les volumes de vins blancs (-40 % vs 2020/21) et les vins rouges (-31 %) qui s'élèvent respectivement à 264 milliers d'hl et 279 milliers d'hl. Les volumes en VDF d'assemblage rosé baissent de façon moins marquée, -15 % par rapport à 2020/21 (270 milliers d'hl).

Avec un volume cumulé de 728 milliers d'hl, les ventes de **Vin De France mentionnant un cépage** représentent 47 % des transactions et sont en baisse de 33 % par rapport à la campagne précédente. Cette régression des ventes est due à la baisse équivalente des volumes sur l'ensemble des couleurs. Ainsi, ils régressent de 31 % pour les vins blancs (371 milliers d'hl), de 34 % pour les rosés (74 milliers d'hl) et de 34 % pour les rouges (281 milliers d'hl).

En ce qui concerne le cours des **Vins De France d'assemblage**, tous millésimes confondus, il est en hausse de 19 %, par rapport à la même période de la campagne précédente, à 86,61 €/hl. Cette progression est principalement portée par le prix moyen des VDF blancs en hausse de 35 % (95,59 €/hl). Les prix moyens des vins rouges et rosés affichent respectivement une hausse de 13 % (78,64 €/hl) et 8 % (86,06 €/hl) par rapport à la campagne précédente.

Le cours des **Vins De France avec mention de cépage**, tous millésimes confondus, est en hausse également par rapport à la campagne précédente à 103,62 €/hl (+23 % vs 2020/21). Dans le détail, le prix moyen des rosés augmente à 89,71 €/hl (+14 %), tout comme celui des blancs à 116,07 €/hl (+28 %) et des rouges à 90,98 €/hl (+17 %).

Lorsque l'on compare le millésime 2020 dans la campagne 2020/21 et le millésime 2021 dans la campagne 2021/22, les tendances demeurent identiques. Les transactions se font néanmoins à un prix plus élevé durant la campagne actuelle, sur l'ensemble des catégories. Cependant, en termes de volume, on constate des échanges en vrac pour le millésime 2021 en baisse par rapport au millésime précédent

### Comparaison du millésime 2020 dans la campagne 2020/21 par rapport au millésime 2021 dans la campagne 2021/22

Millésime 2020 - campagne 2020/21 Vs. Millésime 2021 - campagne 2021/22									
Volume en milliers d'hl à 52 s		MILLÉSIME 2020 CAMPAGNE 2020/21				MILLÉSIME 2021 CAMPAGNE 2021/22			
Prix moyen en €/hl		ROUGE	ROSE	BLANC	TOTAL	ROUGE	ROSE	BLANC	TOTAL
Vin de France (SIG)	Volume	693	401	865,72	1 959	374,51	247,04	527,732	1149,28
TOTAL France	Prix moyen	73,57	79,56	82,55	78,76	88,12	92,47	111,41	99,75
Vin de France (SIG) avec mention de cépage	Volume	367,90	111,04	504,46	983,40	211,59	66,704	335,43	613,73
	Prix moyen	77,72	78,69	90,46	84,37	94,29	91,91	117,88	106,92
Vin de France (SIG) d'assemblage (blend)	Volume	325	290	361	976	162,92	180,33	192,30	535,55
	Prix moyen	68,88	79,89	71,49	73,11	80,11	92,67	100,13	91,53

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

### Marché Vin à Indication Géographique Protégée (IGP) : Bilan de la campagne 2021/22

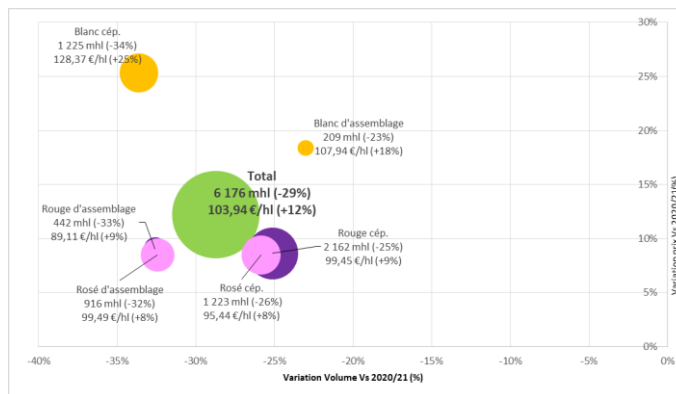
Sur le marché **des vins IGP**, l'activité est en baisse par rapport à la campagne précédente, à plus de 6,2 millions d'hl (-29 %).

La majorité des transactions (75 %) concerne les vins vendus **avec mention de cépage**, soit

4,6 millions d'hl (-28 % vs 2020/21). Ils sont répartis entre 2,2 millions d'hl de vins rouges (-25 %), 1,2 million d'hl de vins rosés (-26 %) et 1,2 million d'hl de vins blancs (-34 %).

Les ventes de vins IGP d'assemblage (25 % des transactions) enregistrent quant à elles un cumul de plus de 1,6 million d'hl pour la campagne 2021/22 soit une baisse de 31 % par rapport à la campagne 2020/21. Dans le détail, cette baisse est principalement due aux échanges en rosés, 916 milliers d'hl (-32 %) et en rouges, 442 milliers d'hl (-33 %). Concernant les vins blancs, les échanges s'élevèrent à 209 milliers d'hl de blancs (-23 %).

### Transaction vrac Vin IGP à 52 semaine de la campagne 2021/22 (tous millésimes confondus)



Source : Contrats d'achat FranceAgriMer.

Les cours des vins **IGP avec mention de cépage** sont en hausse par rapport à la campagne antérieure et s'établissent à 106,06 €/hl au global (+13 %). Cette hausse se répartie entre les vins rouges, à 99,45 €/h (+9 %), les vins rosés à 95,44 €/hl (+8 %) et les vins blancs à 128,37 €/hl (+25 %).

Pour les vins **IGP d'assemblage**, les prix moyens des transactions sont également en augmentation par rapport à la précédente campagne, s'établissant à 97,68 €/hl (+10 %). Ainsi le prix moyen est de 99,49 €/hl (+8 %) en rosé, 107,94 €/hl en blanc (+18 %) et 89,11 €/hl en rouge (+9 %).

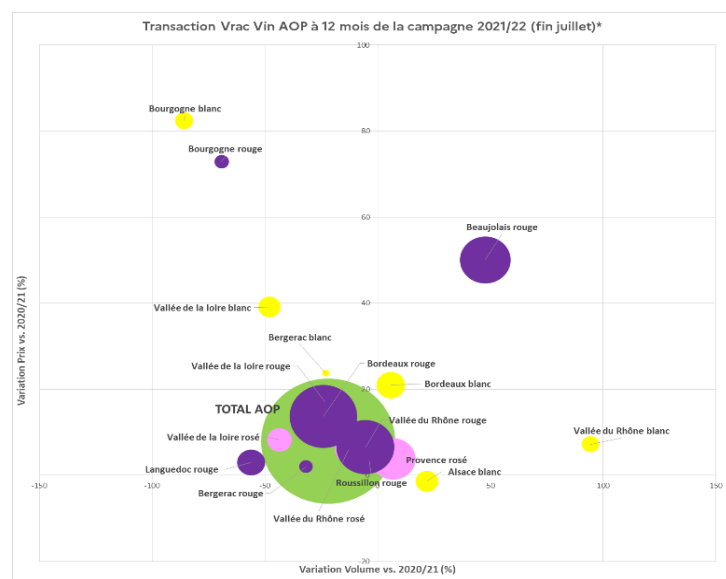
### Marché Vin à Appellation d'Origine Contrôlée (AOC/AOP) : Bilan de campagne 2021/22

Les données des transactions en vrac de vins AOC/AOP, communiquées par les organisations interprofessionnelles, montrent des volumes échangés globalement en recul. Les prix moyens sont quant à eux en légère hausse.

Dans le détail, les ventes en volume sont en recul sur la majorité des appellations, à l'exception des vins rouges du Beaujolais, des vins blancs de la Vallée du Rhône, de Bordeaux et d'Alsace ainsi que des rosés de Provence.

Les transactions commerciales se font à des prix en progression pour l'ensemble des vins AOP par rapport à la précédente campagne. Les hausses les plus importantes sont portées par les vins rouges de Bourgognes et du Beaujolais et les vins blancs de Bourgogne. Seuls les blancs d'Alsace subissent une légère baisse des prix.

### Transaction Vrac AOP à 12 mois de la campagne 2021/22 (fin avril)



Source : Contrats d'achat Interprofession - élaboration FranceAgriMer.

## Sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs : Bilan de campagne 2021/22

### Évolutions des sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs (août 21-juillet 22 vs août 20-juillet 21)

	Sorties de chais (en milliers d'hl)		
	2020/21	2021/22	Var. en %
AOC/AOP	31 586	30 566	- 3 %
IGP	14 913	13 506	- 9 %
VDF (SIG)	6 789	6 399	- 6 %
TOTAL	53 288	50 471	- 5 %

Source : DGDDI – élaboration FranceAgriMer

Selon les dernières informations communiquées par la Douane française, à fin juillet 2022, les sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs sont en régression de 5 % par rapport au cumul à fin juillet 2021.

Ce recul s'explique par des sorties en baisse sur l'ensemble des segments, respectivement - 3 % pour les AOP, - 9 % pour les IGP et - 6 % pour les VDF.

## Ventes de vins tranquilles en grande distribution

### Cumul des ventes de janvier à septembre 2022

(Source IRI pour FranceAgriMer-CNIV)

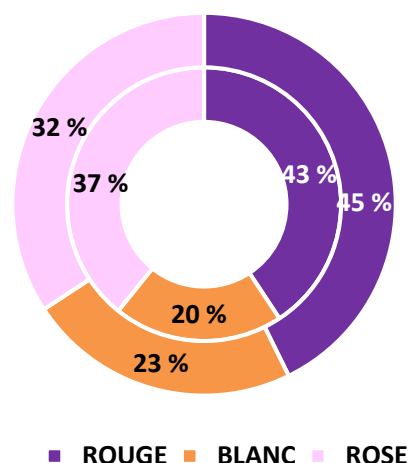
Durant les huit premiers mois de 2022, les ventes de vins tranquilles en grande distribution (HM + SM + EDMP FR + E-commerce GSA + Proxi<sup>1</sup>) ont représenté 6 millions d'hectolitres, pour un chiffre d'affaires de 3 milliards d'euros sur le cumul janvier à septembre 2022 (du 03/01/2022 au 11/09/2022). Les ventes sont donc en baisse de 6 % en volume par rapport à 2021 (- 9 % par rapport à la moyenne 2019/21) et de 4 % en valeur par rapport à 2021 (- 4 % par rapport à la moyenne 2019/21). En revanche, le prix moyen payé a été de 4,85 €/l, soit une valeur en hausse

<sup>1</sup> Hypermarchés - Supermarchés - Enseignes à Dominante Marques Propres françaises - E-commerce des Grandes Surfaces Alimentaires - Magasins de Proximité.

de 2 % par rapport à 2021 (+ 5 % par rapport à la moyenne 2019/21).

En effet, par couleur, au sein des vins tranquilles, toutes les catégories sont en recul en volume, mais les blancs et les rosés s'en sortent mieux en valeur grâce à une augmentation du prix moyen des ventes.

### Structure des ventes de vins tranquilles par couleur sur le cumul de janvier à septembre 2022

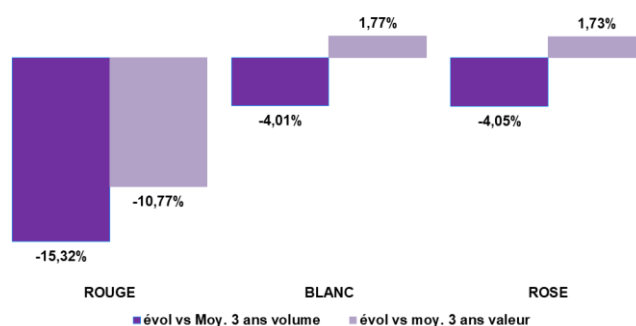


Cercle interne : volume

Cercle externe : valeur

Source : IRI – élaboration FranceAgriMer

### Évolution des ventes de vins tranquilles en grande distribution par couleur sur le cumul de janvier à septembre 2022 (vs moy. 2019/21)

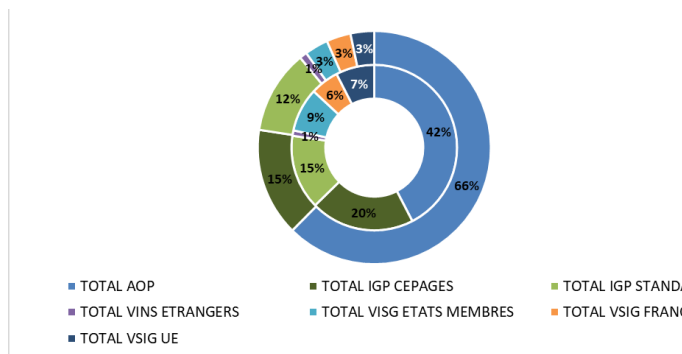


Contour : HM+SM+EDMP FR+E-commerce GSA+Proxi

Source : IRI – élaboration FranceAgriMer

**Par segment**, toutes les catégories sont en recul, seuls les vins blancs IGP tirent un peu mieux leur épingle du jeu et sont en croissance. Les Vins De France sont également en croissance à l'exception du blanc.

### Structure des ventes de vins tranquilles en grande distribution par segment sur le cumul de janvier à septembre 2022



Cercle interne : volume  
Cercle externe : valeur

Contour : HM+SM+EDMP FR+E-commerce GSA+Proxi  
Source : IRI – élaboration FranceAgriMer

## Ventes de vins effervescents en grande distribution

### Cumul des ventes au premier semestre 2022

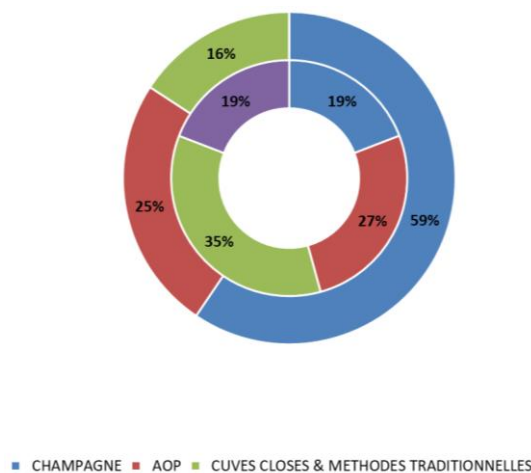
(Source IRI pour FranceAgriMer-CNIV)

Sur le cumul des huit premiers mois 2022 (du 03/01/2022 au 11/09/2022), **les ventes de vins effervescents en grande distribution** (HM + SM + EDMP + E-commerce GSA + Proxi<sup>2</sup>) ont représenté 110 millions de cols, pour un chiffre d'affaires de 868 millions d'euros. Ces ventes correspondent à une diminution de 2 % en volume et de 3 % en valeur par rapport à 2021 et une diminution de 1 % en volume, mais une hausse de 4 % en valeur par rapport à la moyenne 2019/2021. Les ventes de vins effervescents ne sont donc plus en hausse après le fort rebond de 2021. Ce phénomène est amplifié par une moins bonne valorisation avec un prix moyen payé à 7,62 €/col, en baisse de 2 % par rapport à 2021.

<sup>2</sup> Hypermarchés - Supermarchés - Enseignes à Dominante Marques Propres françaises - E-commerce des Grandes Surfaces Alimentaires - Magasins de Proximité.

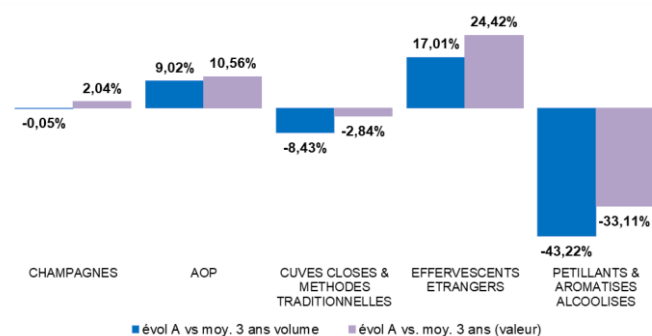
**Par catégorie**, les ventes de Champagne, qui avaient nettement progressé en 2021, affichent un début d'année 2022 en baisse (-10 % en volume vs 2021) **mais les ventes demeurent proches de la moyenne trois ans. Elles sont par ailleurs supérieures à la moyenne 3 ans pour toutes les autres catégories à l'exception des cuves closes et des pétillants aromatisés.** En effet, les vins effervescents étrangers ont confirmé leur progression durant cette période (+5 % vs 2021). Les ventes de vins effervescents AOP ont été meilleures qu'en 2021 et sont sensiblement supérieures à la moyenne 2019/21 (+3 % en volume). A l'inverse, les ventes de cuves closes et de pétillants aromatisés sont toujours mal orientées. Fait nouveau, les ventes de cuves closes sont inférieures en valeur à la moyenne triennale (-10 %).

### Structure des ventes de vins effervescents en grande distribution par catégorie sur le cumul de janvier à septembre 2022



Cercle interne : volume  
Cercle externe : valeur  
Source : IRI – élaboration FranceAgriMer

## Evolution des ventes de vins effervescents en grande distribution par catégorie sur le cumul de janvier à septembre 2022 (vs moy. 2019/21)

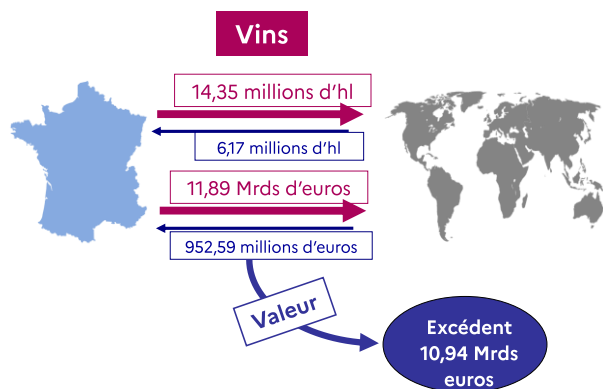


Source : IRI – élaboration FranceAgriMer

## Commerce extérieur

### Les échanges commerciaux français de vin Bilan de la campagne 2021/22 (août-juillet)

Le bilan de la campagne 2021/22 montre une stabilisation des échanges de vins en volume mais une importante progression de la valeur exportée. Cette situation fait suite à la forte reprise des échanges après la crise du Covid-19.

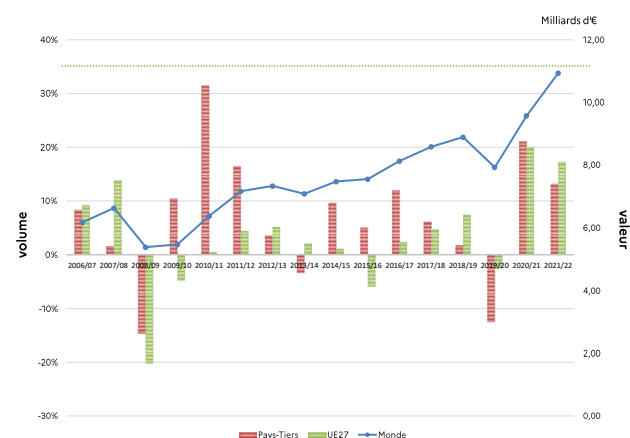


En conséquence, la balance commerciale est fortement excédentaire à +10,94 Mds d'€ (+14 % vs. 2020/21 et +23 % vs. 2018/19).

## Évolution de la balance commerciale française du vin

> Bilan campagne 2021/22 (août-juillet)

Volume en %; Valeur en Milliards d'euros



Source : Trade Data Monitor Élaboration FranceAgriMer

### Les exportations françaises de vin Bilan de la campagne 2021/22 (août-juillet)

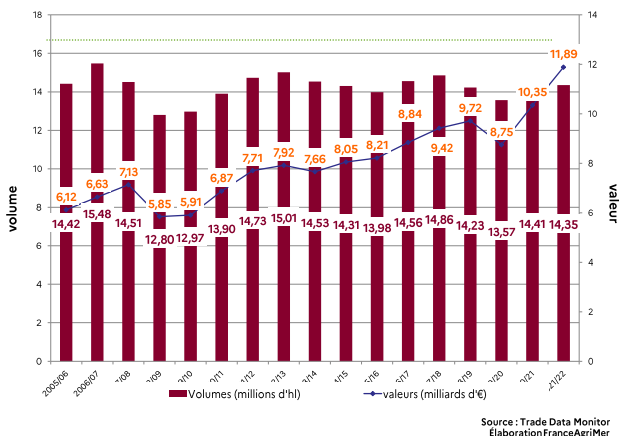
Le bilan de la campagne 2021/22 (août-juillet) fait état d'une stabilisation globale des exportations françaises de vin par rapport à la campagne précédente en volume. Dans les premiers mois de campagne, les volumes étaient fortement en hausse. Néanmoins, la crise ukrainienne ainsi que les tensions inflationnistes ont fortement impacté à la baisse les volumes exportés à partir de mars 2022. En conséquence, les volumes exportés sont stables par rapport à la précédente campagne, ainsi que la campagne 2018/19. A l'inverse, le rattrapage à l'exportation des vins à forte valeur ajoutée a permis d'atteindre une valeur exportée record lors de cette campagne (11,89 Mds €).

Par conséquent, le prix moyen à l'export s'apprécie fortement à 8,28€/l (+28 % vs. 2018/19).



## Les exportations françaises de vin

> Bilan campagne 2021/22 (août -juillet)



Source : Trade Data Monitor  
Élaboration FranceAgriMer

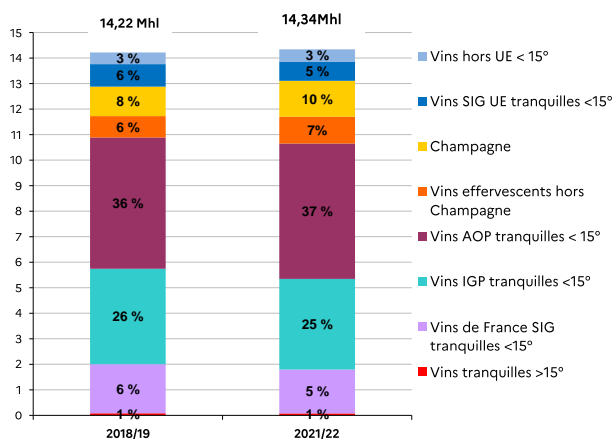
### Les exportations françaises par catégorie

Les exportations françaises de vins sont en repli sur la majeure partie des catégories de vins en volume. Seuls les vins effervescents connaissent une forte croissance (+ 26 % vs. 2018/19 pour les Vins effervescents hors Champagne et + 22 % pour les Champagnes). Les replis les plus forts en volume concernent les Vins SIG UE tranquilles et les Vins de France (respectivement - 14 % et - 11 % vs. 2018/19). L'ensemble des catégories de vins sont cependant en forte croissance en valeur.

### Les exportations françaises de vin par catégorie

> Bilan campagne 2021/22 (août - juillet)

En millions d'hl



Source : données douanes, élaboration FranceAgriMer

Les exportations de Champagne et de Vins effervescents hors Champagne sont les plus dynamiques en volume, alors que leur valeur exportée s'apprécie respectivement de 27 % et 33 % par rapport à la campagne 2018/19. Ces vins profitent de l'engouement mondial pour les vins effervescents, ainsi que de la reprise économique mondiale et de la réouverture des lieux de consommation hors domicile. Les exportations de vins tranquilles connaissent une situation plus hétérogène. En effet, les vins AOP sont en croissance modérée en volume sur cette campagne (+ 3 % vs. 2018/19), alors que les IGP (- 5 %), Vins De France SIG (- 11 %) ou encore les Vins SIG UE (- 14 %) connaissent des replis plus ou moins importants.

Au global, entre juillet 2021 et août 2022, les parts de marché des exportations françaises de vins se répartissent comme suit :

#### Vins effervescents

- Champagne, 10 % en volume, 34 % en valeur ;
- Autres effervescents, 7 % en volume, 4 % en valeur ;

#### Vins tranquilles < 15°

- AOP, 37 % en volume, 47 % en valeur ;
- IGP, 25 % en volume, 8 % en valeur ;
- Vins De France SIG, 12 % en volume, 3 % en valeur ;
- Vins SIG UE, 5 % en volume, 1 % en valeur ;
- Vins hors UE, 3 % en volume, 2 % en valeur ;

Vins tranquilles > 15, 1 % volume, 0 % en valeur ;

Moûts, 0 % volume, 0 % en valeur ;

### Les exportations françaises par destination

Durant cette campagne, les exportations françaises de vin ont profité dans un premier temps de la reprise économique mondiale, avec des volumes en hausse sur les premiers mois de campagne et des exportations particulièrement bien valorisées. Les catégories de vin à forte valeur ajoutée ayant le plus souffert de la crise sanitaire se sont particulièrement bien comportés, que ce soit en volume ou en valeur. Néanmoins, les tensions géopolitiques liées à la guerre en Ukraine ainsi que l'apparition d'une forte inflation mondiale lors de la deuxième

moitié de campagne ont entraîné un repli des volumes exportés, notamment à destination de marchés importants comme l'Allemagne ou encore le Royaume-Uni.

Ainsi, dans le détail, les Pays-Tiers sont en repli en volume par rapport à la campagne pré-Covid 2018/19 (- 1 %). Bien qu'ils demeurent la première destination en volume, certains marchés ont connu de forts replis. Ainsi, la Chine est de loin la destination la plus en retrait (- 38 % en volume ; - 5 % en valeur vs. 2018/19) et ne fait symboliquement plus partie des 5 principales destinations françaises. La baisse des exportations françaises vers cette destination, amorcée fin 2018, s'est poursuivie jusqu'à la campagne 2021/22 (conjugaison du ralentissement de l'économie chinoise, des nombreuses politiques restrictives pour lutter contre le Covid-19, de la crise politique à Hong-Kong et de la concurrence grandissante avec d'autres pays comme l'Italie). Les exportations françaises sont également en baisse à destination du Royaume-Uni, le troisième marché en volume (- 2 % vs. 2018/19). Ce marché a été fortement pénalisé par les tensions inflationnistes, qui se sont traduites en difficultés économiques lors de ces derniers mois, mais aussi par les effets du Brexit qui continuent de se faire sentir notamment en matière de réexportation. L'ensemble des catégories de vin sont en repli par rapport à la campagne 2018/19, à l'exception des vins effervescents et notamment du Champagne (+ 35 % en volume vs. 2018/19). Au contraire, les États-Unis sont parmi les marchés les plus dynamiques (+ 12 % en volume vs. 2018/19 et + 22 % en valeur). Les États-Unis confirment leur première place en matière d'exportation en valeur, après plusieurs années de progression. La réouverture du circuit CHR, la forte reprise économique ainsi que l'expansion de la consommation de vins aux États-Unis expliquent ces bonnes performances.

Les exportations en volume à destination de l'UE 27 demeurent toutefois en croissance (+ 3 % vs. 2018/19), et ce malgré le fort repli du marché allemand (- 10 % vs. 2018/19). Ce dernier voit ses volumes de vins en vrac baisser de manière importante (- 33 % vs. 2018/19) alors que les vins effervescents et notamment le Champagne progressent fortement (+ 19 % en volume pour le

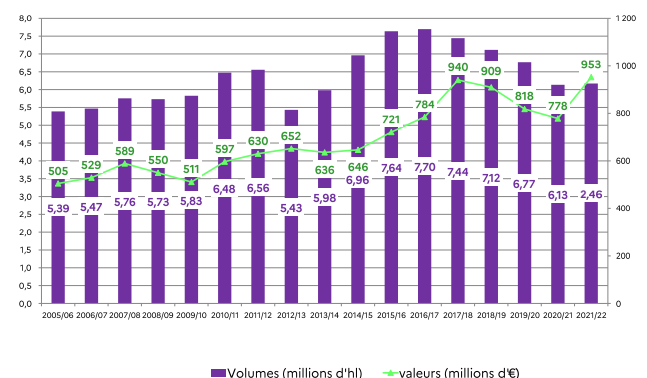
Champagne vs. 2018/19). Les autres marchés européens sont globalement en croissance en volume. La valeur exportée à destination de l'UE 27 est particulièrement élevée lors de cette campagne (+ 28 % vs. 2018/19 à 3,63 milliards d'euros) avec une croissance répartie de manière homogène entre l'ensemble de ces pays.

## Les importations françaises de vins Bilan de la campagne 2021/22 (août-juillet)

Après plusieurs années de baisse que ce soit en volume ou en valeur, les importations françaises de vin sont de nouveau à la hausse en valeur lors de cette campagne (+ 5 % vs. 2018/19). Les importations en volume, bien qu'en croissance par rapport à la campagne précédente (+ 1 % vs. 2020/21), sont encore loin de leur niveau d'avant Covid-19 (- 13 % vs. 2018/19).

### Les importations françaises de vin

#### > Bilan campagne 2021/22 (août - juillet)



Source : Trade Data Monitor  
Élaboration FranceAgriMer

Ainsi les volumes de vins importés sont en légère hausse de 1 % en volume et de 5 % en valeur par rapport à la campagne précédente.

Les volumes s'établissent à 6,19 millions d'hectolitres, pour 952 millions d'euros, soit un prix moyen de 1,54 €/l (+ 22 % vs. campagne 2018/19 et + 21 % vs. 2020/21).

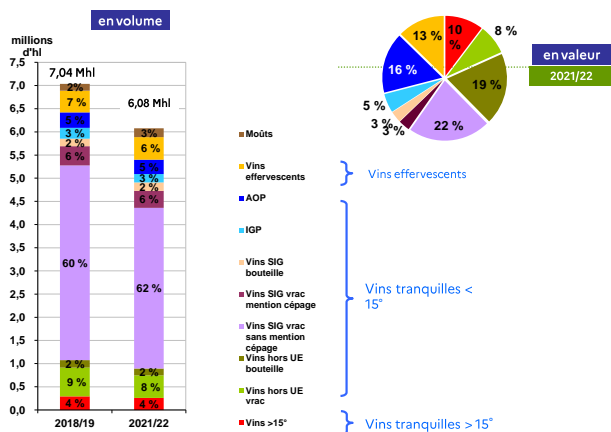


## Les importations françaises par catégorie

Les importations françaises de vin sont majoritairement constituées de vin en vrac. Ils représentent 76 % des volumes en moyenne sur la campagne 2021/22. Cette part a légèrement baissé sur 1 an. Le volume de vin en vrac importé atteint ainsi 5,06 millions d'hectolitres.

## Les importations françaises de vin par catégorie

> Bilan campagne 2021/22 (août - juillet)



Source : La Douane française  
Élaboration FranceAgriMer

La France a toujours des difficultés à satisfaire la demande en vin 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, sans mention de cépage.

## Les importations françaises par provenance

Les importations françaises depuis l'Espagne sont en baisse de 2% en volume mais progressent de 11% en valeur par rapport à la campagne précédente. Cependant, les importations en provenance d'Espagne sont orientées à la baisse à la fois en volume et en valeur par rapport à 2018/19 (-17% en volume et -17% en valeur vs. 2018/19). L'ensemble des catégories de vin est concerné par ces baisses à l'exception des moûts de raisin et du petit vrac (> 2L mais < 10 L). En conséquence, le prix d'importation des vins espagnols est en baisse de

2 % par rapport à la campagne pré-Covid, à 0,54 €/l.

Au bilan, l'Espagne reste cependant de loin la première origine, avec 66% de PDM en volume, cependant en baisse de 2 points par rapport à la campagne 2018/19. Parmi les importations en valeur, le poids de l'Espagne est beaucoup plus modéré que pour les volumes, avec 23% de part de marché, en raison du segment importé (vins SIG en vrac à prix bas). Là aussi, cette part de marché baisse de l'ordre de 7 points par rapport à la campagne 2018/19, au profit de l'Italie.

Les importations de Prosecco ont particulièrement profité du regain des importations, soutenues par une demande très forte sur le marché national et confortent ainsi leur dynamisme (+22% en volume et +68% en valeur vs. campagne 2018/19).