

Points-clés

- Au 1^{er} stade de commercialisation, le suivi des marchés en vrac à 38 semaines de la campagne 2022/23 met en évidence des volumes en progression, notamment pour les Vins de France (SIG). Concernant les prix, on note une régression pour l'ensemble des catégories et couleurs. À 7 mois de campagne 2022/2023, les volumes des AOP sont en recul à l'exception de ceux des AOP blancs. Les prix sont en baisse pour l'ensemble des couleurs, à l'exception des AOP rouges.
- Les ventes de vins effervescents en grande distribution durant les trois premiers mois de 2023 ont représenté 32,5 millions de cols, pour un chiffre d'affaires de 247,2 millions d'euros. Les ventes accusent une baisse de 2 % en volume par rapport à 2022 (-1 % par rapport à la moyenne 2020/22) mais sont stables en valeur par rapport à 2022 (en progression de 2 % par rapport à la moyenne 2020/22).
- Sur les 7 mois premiers mois de la campagne 2022/23, les exportations françaises de vin se replient nettement en volume alors que la valeur continue de progresser sous l'effet de l'inflation. En volume, l'Allemagne, premier marché client pour la France, se replie nettement. Plus globalement, les exportations vers les pays tiers sont plus impactées que pour l'UE à 27. Les États-Unis, jusqu'alors le marché le plus dynamique, voit ses volumes baisser nettement. Le Royaume-Uni semble toutefois le marché tiers le plus touché, avec une baisse en volume beaucoup plus importante mais aussi une baisse de la valeur exportée. Les importations baissent en volume exception faite des importations de Prosecco qui continuent de surperformer, confirmant l'engouement du marché français pour le produit.

Marchés à la production

Cumul des transactions à 38 semaines de la campagne 2022/23 (août 2022 à avril 2023)*

	Transactions au 1 ^{er} stade de vin en vrac					
	Rouges		Rosés		Blancs	
Cumul août 2022- Avril 2023 (à 38 semaines de campagne 2022/23)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)
Vins de France (SIG)	603 253	73,88	353 172	73,34	753 761	103,57
	+28% ↑	-14% ↓	+16% ↑	-16% ↓	+32% ↑	-3% ↓
Dont VDF de cépage	323 603	81,85	96 286	82,34	466 638	109,97
	+32% ↑	-10% ↓	+45% ↑	-9% ↓	+43% ↑	-5% ↓
IGP	2 222 123	93,26	2 035 547	90,01	1 716 796	113,09
	-6% ↓	-5% ↓	+6% ↑	-7% ↓	+29% ↑	-10% ↓
Dont IGP de cépage	1 871 401	95,70	1 091 926	88,77	1 504 186	114,25
	-5% ↓	-4% ↓	-4% ↓	-7% ↓	+31% ↑	-11% ↓
AOP (cumul 7 mois, Février 2023)						
	↓	↑	↓	↓	↑	↓

* Pour les données AOP, analyse sur les 7 premiers mois de campagne uniquement (fin février), les données plus récentes n'étant pas disponibles. 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

Au cours des 8 derniers mois de la campagne 2022/23 (Cumul à 38 semaines soit d'août 2023 à avril 2023), **les volumes échangés en Vins De France (SIG) sont en hausse pour l'ensemble des couleurs**, les VDF blancs présentant la plus forte augmentation (+ 32 % vs 2021/2022). Ces hausses sont plus conséquentes pour les VDF avec mention de cépage, notamment pour les rosés et blancs (respectivement + 45 % et + 43 %). Concernant les volumes d'IGP, ils sont en hausse à l'exception des volumes échangés de rouges qui subissent une baisse de 6 %. Pour les IGP avec mention de cépage, seuls les vins blancs présentent des volumes en hausse (+ 31 %).

Le cours des VDF est en baisse par rapport à la campagne précédente, pour l'ensemble des couleurs, quelle que soit la catégorie. Les vins blancs présentent les baisses les plus modérées (- 3 % pour les VDF et - 5 % pour les VDF de cépage). Concernant les vins IGP, les prix sont en baisse pour l'ensemble des catégories, les blancs subissant les baisses les plus fortes, de l'ordre de 10 %.

À 7 mois de la campagne 2020/21, le segment des AOP connaît une baisse des volumes des transactions en vrac, à l'exception des AOP blancs. En termes de prix, seuls les rouges présentent une hausse.

Ventes de vin en grande distribution : 1^{er} trimestre 2023

Avec 32,5 millions de cols, les ventes de vins effervescents en grande distribution (HM + SM + E-commerce + proxi) sur le cumul des trois premiers mois de 2023 (du 02/01/2023 au 26/03/2023) ont été en baisse en valeur et en volume par rapport à 2022. Le marché des vins effervescents en grande distribution s'était cependant valorisé en 2022. Ainsi, malgré le recul en valeur par rapport à 2022, les ventes en 2023 demeurent supérieures à la moyenne 3 ans (+ 2 %). Le Champagne est au contraire en net recul (- 20 % en volume et - 10 % en valeur). Les AOP, à l'inverse de la tendance globale des vins effervescents, tirent leur épingle du jeu et sont en hausse en volume comme en valeur, tant par rapport à 2021 que par rapport à la moyenne 3 ans. Toutefois, certaines appellations ont été davantage en difficulté comme la Blanquette de Limoux ou le Crémant de Bordeaux. Les vins effervescents étrangers sont également en hausse (+ 12 % en volume et + 20 % en valeur vs moyenne 3 ans). En revanche, les vins pétillants et aromatisés continuent leur décroissance (- 38 % en volume et -22 % en valeur vs moy. 3 ans). De même, les ventes de cuves sont toujours mal orientées en volume mais s'en sortent par une meilleure valorisation (- 4 % en volume mais + 5 % en valeur vs moy. 3 ans).

Ventes de vins effervescents en grande distribution (HM+SM+Proxi+E-Commerce GSA) (du 2 janvier au 26 mars 2023)

		Volume (Millions éq. 75cl)	Évolution par rapport à 2022	Évolution par rapport moy. 2020/22	Valeur (Millions €)	Évolution par rapport à 2022	Évolution par rapport à moy. 2020/22
Total des ventes (effervescents alcoolisés)		32,5	↓ -1,5%	↓ -0,7%	247,2	↓ 0,0%	↑ 1,8%
Ventes par segment	AOP (hors Champagne)	8,9	↑ 8,1%	↑ 11,2%	57,4	↑ 12,8%	↑ 15,8%
	Cuves closes	11,7	↓ -0,8%	↓ -4,0%	37,0	↑ 6,2%	↑ 4,9%
	Effervescents étrangers	5,4	↑ 3,6%	↑ 11,8%	32,2	↑ 10,5%	↑ 20,3%
	Pétillants & aromatisés	0,2	↓ -15,4%	↓ -37,7%	0,8	↓ -0,4%	↓ -22,2%
	Champagne	5,0	↓ -19,9%	↓ -19,3%	115,5	↓ -9,5%	↓ -8,7%

Source : panel distributeur CIRCANA pour FranceAgriMer/CNIV

Commerce extérieur

Sur les 7 premiers mois de la campagne 2022/23, **les exportations françaises de vins** connaissent un fort repli en volume (- 5 % en volume par rapport à la campagne précédente). La valeur exportée s'élève à 7,03 milliards d'euros, soit le plus haut niveau enregistré pour un cumul des 7 premiers mois de campagne. En volume, ce sont 7,67 millions d'hectolitres qui ont été exportés. Lors de ces 7 mois de campagne, l'inflation semble avoir perturbé de nombreux marchés clients en matière de volume, alors que les prix des vins ont fortement progressé. Globalement, l'ensemble des catégories de vins est touché en volume, tout particulièrement les vins en gros vrac (> 10L). En valeur, les vins en bouteille et les vins effervescents tirent l'essentiel de la croissance à l'inverse des autres catégories dont la valeur totale exportée a tendance à diminuer.

Les exportations vers les États-Unis, qui étaient jusqu'alors l'un des marchés les plus dynamiques lors de ces dernières campagnes, sont en repli (- 8 % par rapport à 2021/22). Le marché américain a semblé être impacté par plusieurs facteurs lors de ces derniers mois en plus de l'inflation. La suspension des taxes Trump en 2021 semble toujours influencer les exportations de vins en vrac qui étaient favorisées au détriment des vins en bouteille. Lors de cette campagne, les vins en gros vrac se replient de 50 %, alors que les volumes de vins en bouteille progressent de 4 % par rapport à la campagne précédente. De plus, les exportations à destination des États-Unis ont connu des niveaux particulièrement élevés en volume lors de la campagne précédente, pouvant expliquer une partie du repli pour certaines catégories. Les vins effervescents baissent tout particulièrement en volume (- 25 %), dont les Champagnes (- 12 %). Le Royaume-Uni est l'un des seuls pays connaissant une baisse de valeur exportée lors de cette campagne (- 1 % vs 2021/22), alors que les volumes chutent de 18 %, dans un contexte fortement influencé par l'inflation. Les vins

en bouteilles (78 % des parts de marchés volume) sont en recul de 19 % en volume. Les vins en petit vrac participent également au repli en volume du marché britannique (- 42 %). Les Champagnes, qui étaient jusqu'alors l'une des catégories les plus dynamiques en volume, baissent fortement (- 15 % vs 2021/22).

Les marchés européens connaissent une baisse de leurs volumes moins importante que les pays tiers (respectivement - 3 % et - 7 % par rapport à la campagne précédente). L'Allemagne, principal client pour les vins français dans l'UE à 27, recule de 15 % en volume. Même si les Champagnes sont encore une fois en croissance (+ 3 % en volume vs 2021/22), ce sont les vins en vrac et plus particulièrement le gros vrac (- 34 %) qui justifient ce repli. La Belgique est relativement stable comparée aux autres pays clients de la France, que ce soit en volume (- 3 %) ou en valeur (stable). Enfin, les Pays-Bas font office d'exception dans ce contexte de baisse globale des exportations en volume. En effet, les exportations à destination des Pays-Bas progressent de 18 % par rapport à la campagne précédente. Le pays joue en effet un rôle de réexportateur pour les vins français, et ces bonnes performances en volume peuvent cacher un dynamisme d'autres marchés.

Exportations de vins vers les 5 principales destinations – Bilan 7 mois campagne 2022/23 (août-février)

	Exportations					
	Volume (Millions hl)	Evolution (1 an)	Valeur (Milliards €)	Evolution (1 an)	Prix (€/l)	Evolution (1 an)
MONDE	7,67	-5%	7,03	8%	9,17	13%
UE 27	3,60	-3%	2,12	5%	5,90	8%
Pays tiers	4,07	-7%	4,91	9%	12,06	17%
Allemagne	1,03	-15%	0,50	1%	4,86	18%
Etats-Unis	0,95	-8%	1,33	15%	13,93	24%
Royaume Uni	0,79	-18%	0,86	-1%	10,88	21%
Belgique	0,72	-3%	0,41	0%	5,67	3%
Pays-Bas	0,71	18%	0,27	12%	3,82	-5%

Source : Douane française – élaboration FranceAgriMer

Les importations françaises de vins baissent légèrement en volume (- 1 %) par rapport aux sept premiers mois de la campagne 2021/22 alors que la valeur importée continue d'augmenter fortement (+ 10 % vs 2021/22). Les volumes tombent ainsi à 3,53 millions d'hectolitres pour 618 millions d'euros. 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 vins entrée de gamme. Les vins en vrac importés représentent 76 % des volumes. Les importations sont globalement stables pour le gros vrac mais progressent de 10 % pour le petit vrac. Les vins effervescents connaissent toutefois une croissance importante de leurs volumes (+ 9 %), soutenues par les importations de Prosecco (+ 17 %) qui poursuivent leur développement et sont désormais presque majoritaires sur l'ensemble des importations de vins effervescents de la France (45 % de PDM), soutenues par une forte demande sur le marché national et avec un prix moyen qui augmente (+ 15 % vs 2021/22).

Importations de vins depuis les 5 principales origines – Bilan 7 mois de campagne 2022/23 (août-février)

	Importations					
	Volume (Millions hl)	Evolution (1 an)	Valeur (Milliards €)	Evolution (1 an)	Prix (€/l)	Evolution (1 an)
MONDE	3,53	-1%	0,62	10%	1,75	11%
UE 27	3,13	-3%	0,38	7%	1,20	10%
Pays tiers	0,40	19%	0,24	15%	6,11	-3%
Espagne	2,27	-5%	0,13	7%	0,59	12%
Italie	0,46	5%	0,13	16%	2,84	11%
Portugal	0,18	-17%	0,05	-9%	2,99	10%
Afrique du Sud	0,12	40%	0,01	51%	1,21	8%
Chili	0,08	21%	0,05	25%	5,43	4%

Source : Douane française – élaboration FranceAgriMer