

Points-clés

- **Au 1^{er} stade de commercialisation**, la campagne 2023/24 débute avec des estimations de récolte s'élevant à 45 millions d'hectolitres. La situation est très variable en fonction des vignobles. Si les récoltes ont été très affectées par le mildiou et la sécheresse dans le Sud-Ouest, le Languedoc-Roussillon et la Nouvelle Aquitaine, la situation reste globalement bonne dans le reste des bassins. Les achats en vrac en volume sont globalement en hausse pour l'ensemble des catégories, exception faite des rosés. Concernant les prix, ils sont en hausse pour les Vins De France mais en baisse pour les IGP. Concernant les AOP, la campagne 2022/23 s'est terminée avec des volumes en baisses sauf pour les AOP blanches. Les prix en revanche sont en baisse pour l'ensemble des couleurs.
- **Les ventes de vins effervescents en grande distribution sur 6 mois 2023** sont en légère baisse en volume par rapport à 2022. En revanche, la hausse des prix moyen permet une stabilité des ventes en valeur. Les volumes vendus s'élèvent à 103 millions de cols, pour un total de 819 millions d'euros.
- **Le bilan de la campagne 2022/23** montre une baisse significative des exportations de vins en volume alors que la valeur augmente nettement sous l'effet de l'inflation. Les importations sont quant à elles en légère croissance en volume alors que la valeur importée augmente également. Dans cette situation contrastée, les exportations et les importations de vins affichent des prix en forte progression par rapport à la campagne 2021/22. En volume, les États-Unis et l'Allemagne, premiers marchés pour la France, se replient nettement. Plus globalement, les exportations vers les pays tiers sont plus impactées que pour l'UE à 27. Bien que les exportations vers le Royaume-Uni aient connu un léger regain au cours de ces derniers mois, ce marché connaît toujours des difficultés en volume. Quant aux importations, les Prosecco continuent de surperformer, confirmant l'engouement du marché français pour le produit.

Marchés à la production

Cumul des transactions à 7 semaines de la campagne 2023/24 (août 2023 à septembre 2023)*

	Transactions au 1 ^{er} stade de vin en vrac					
	Rouges		Rosés		Blancs	
Cumul Août 2022- Juillet 2023 (à 7 semaines de campagne 2023/24)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)
Vins de France (SIG)	30 261	72,21	21 081	67,90	40 720	97,25
	+66%	+7%	-28%	+61%	+125%	+3%
	↑	↑	↓	↑	↑	↑
Dont VDF de cépage	18 210	74,07	345	88,95	6 417	114,05
	+70%	+8%	-84%	+6%	+8%	+6%
	↑	↑	↓	↑	↑	↑
IGP	64 760	97,91	62 443	83,46	43 088	115,78
	+27%	0%	-9%	-12%	+40%	-5%
	↑	→	↓	↓	↑	↓
Dont IGP de cépage	43 312	95,84	22 507	83,38	35 594	118,19
	+6%	-3%	+2%	-11%	+46%	-5%
	↑	↓	↑	↓	↑	↓
AOP (cumul 12 mois, Juillet 2023)						
	↓	↓	↓	↓	↑	↓

* Pour les données AOP (sans les AOP de Bordeaux), analyse sur 12 mois de campagne uniquement (août-juillet), 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 63 % des transactions et les AOP 18 % des transactions.

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

La campagne 2023/24 a débuté depuis 7 semaines maintenant. Les volumes observés sont issus à 94 % de la récolte 2022. Le marché vrac actuel n'est donc pas encore représentatif de la récolte 2023. Les fortes hausses de volumes en ce début de campagne sont liées à quelques gros contrats effectués par des opérateurs importants. Actuellement l'ensemble des **volumes de Vin De France (SIG)** est en hausse à l'exception des rosés qui présentent une baisse de 28 %

par rapport à la campagne 2022/23. Les évolutions sont identiques pour les vins de cépages. Concernant les **IGP**, seuls les rosés affichent une baisse de 9 %. Pour les **IGP** de cépage, l'ensemble des couleurs bénéficie d'une hausse des volumes, la plus importante étant en vin IGP blancs de cépage (+ 46 %).

Le **cours des VDF** est en hausse par rapport à la campagne précédente, pour l'ensemble des couleurs, quelle que soit la catégorie. Les vins rosés présentent la plus forte augmentation (+ 61 %). Concernant les vins IGP, les prix sont en baisse pour l'ensemble des couleurs et catégories. Les rosés sont les plus touchés.

Sur l'ensemble de la campagne 2022/23, le segment des **AOP** connaît une baisse des volumes de transactions vrac pour l'ensemble des couleurs, à l'exception des blancs. En termes de prix, l'ensemble des couleurs affichent une baisse.

Consommation : Ventes de vin effervescent en grande distribution

Les ventes de vins effervescents en grande distribution sur le cumul de janvier à mi-septembre 2023 (du 02/01/2023 au 10/09/2023) sont en recul par rapport à la même période en 2022 (- 2 %). Néanmoins, ceci cache de grandes disparités entre les différents segments de vins effervescents.

En effet, les ventes de Champagne accusent une forte diminution en volume comme en valeur malgré la hausse du prix moyen.

Les cuves closes sont toujours mal orientées en volume mais, pour la première fois depuis des années, en conséquence du renchérissement, elles montrent une nette augmentation des ventes en valeur (+ 6 % vs 2022).

Les AOP, à l'inverse de l'ensemble des ventes de vins effervescents, montrent une croissance très dynamique : + 5 % en volume et + 10 % en valeur (vs 2022).

De même, les ventes de vins effervescents étrangers, toujours entraînés par le Prosecco, continuent de croître, que ce soit en volume ou en valeur.

Ventes de vins effervescents en grande distribution (HM+SM+Proxi+E-Commerce GSA) (du 2 janvier 2023 au 10 septembre 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)	102,6	↓ -2,1%	↓ -1,4%	819,3	↓ -0,4%	↑ 1,8%
Ventes par segment	AOP (hors Champagne)	↑ 4,6%	↑ 9,2%	190,5	↑ 9,9%	↑ 15,7%
	Cuves closes	↓ -0,9%	↓ -4,6%	115,9	↑ 6,1%	↑ 5,5%
	Effervescents étrangers	↑ 6,2%	↑ 14,3%	132,9	↑ 13,8%	↑ 25,4%
	Pétillants & aromatisés	↓ -6,0%	↓ -24,2%	3,6	↑ 7,9%	↓ -0,4%
	Champagne	↓ -21,2%	↓ -22,1%	376,0	↓ -10,3%	↓ -10,5%

Source : Circana pour FranceAgriMer/CNIV

Commerce extérieur

Le bilan de la campagne 2022/23 (août - juillet) fait état d'une progression globale des exportations françaises de vin en valeur par rapport à la campagne précédente. La valeur exportée s'élève à **12,47 milliards d'euros**, soit le plus haut niveau jamais enregistré pour un cumul de campagne. Cependant en volume, de nombreux marchés ont été perturbés par le contexte inflationniste et la guerre en Ukraine. Au global, les exportations françaises de vin connaissent un fort repli en volume (- 5 % par rapport à la campagne précédente), avec **13,52 millions d'hectolitres** exportés. L'ensemble des catégories de vin est touché en volume, dont notamment les vins en gros vrac (>10 L) dont le repli est nettement plus important que pour les autres catégories (- 12 %).

Les exportations vers les États-Unis, qui étaient jusqu'alors l'un des marchés les plus dynamiques, sont en repli (- 13 % par rapport à 2022). Le marché américain a été impacté par plusieurs facteurs lors de cette campagne, outre l'inflation. La suspension des taxes Trump en 2021 semble toujours impacter les exportations de vins en vrac qui étaient favorisées au détriment des vins en bouteille. Lors de cette campagne, les vins en gros vrac sont en repli de 50 %, alors que les volumes de vin en bouteille ne baissent que de 5 % 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 2021/22 du fait de la forte reprise post-Covid, pouvant expliquer une partie du repli pour certaines catégories. Les vins effervescents baissent tout particulièrement en volume (- 27 %), dont les Champagnes (- 19 %), alors que cette catégorie était l'une des plus dynamiques jusqu'alors. Le Royaume-Uni est en légère croissance en matière de valeur exportée lors de cette campagne (+ 2 %), alors que les volumes chutent de 12 %, dans un contexte fortement influencé par l'inflation. Néanmoins, le marché britannique semble avoir été plus dynamique lors de ces derniers mois, accusant

des replis en volume moins importants en 2023. Les vins en bouteilles sont en recul de 12 %, en amélioration sensible. Les vins en gros vrac, qui étaient jusqu'alors globalement stables par rapport à la campagne précédente, sont désormais en recul (- 7 %). Les Champagnes, après de bonnes performances suite à la reprise post-Covid, baissent fortement (- 15 % vs 2021/22).

Les exportations vers les marchés européens connaissent une baisse de leurs volumes moins importante que les pays tiers (respectivement - 3 % et - 8 % par rapport à l'année précédente). L'Allemagne, principal client pour les vins français dans l'UE à 27, recule de 11 % en volume. Bien que les Champagnes soient en repli (- 2 % vs 2021/22), ce sont les vins en gros vrac qui justifient l'essentiel du repli de ce marché (- 20 %). Après avoir résisté à la baisse qu'ont connue de nombreux marchés, la Belgique recule de 5 % en volume lors de cette campagne. En effet, ces moins bonnes performances sont justifiées par la forte chute des volumes de vins effervescents (- 11 %) et de gros vrac (- 10 %), alors que les vins en bouteilles sont également en repli mais dans une moindre mesure. 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 continuent de progresser de 8 % par rapport à l'année précédente. Les Pays-Bas jouent en effet un rôle de ré-exportateur pour les vins français, et ces bonnes performances en volume peuvent cacher le dynamisme d'autres marchés.

Exportations de vins vers les 5 principales destinations – Bilan de la campagne 2022/23 (août-juillet)

	Exportations					
	Volume (Millions hl)	Evolution (1 an)	Valeur (Milliards €)	Evolution (1 an)	Prix (€/l)	Evolution (1 an)
MONDE	13,52	↓ -5%	12,47	↑ 5%	9,22	↑ 11%
UE 27	6,33	↓ -3%	3,75	↑ 4%	5,92	↑ 6%
Pays tiers	7,19	↓ -8%	8,72	↑ 6%	12,13	↑ 14%
Allemagne	1,80	↓ -11%	0,87	↑ 1%	4,81	↑ 13%
Etats-Unis	1,75	↓ -13%	2,33	↑ 3%	13,34	↑ 18%
Royaume Uni	1,48	↓ -12%	1,58	↑ 2%	10,70	↑ 15%
Belgique	1,26	↓ -5%	0,69	↓ -1%	5,43	↑ 3%
Pays-Bas	1,23	↑ 8%	0,45	↓ -5%	3,65	↓ -12%

Source : Douane française

Les importations françaises de vins sont en légère croissance en volume (+ 1 %) par rapport à la campagne précédente, alors que la valeur importée continue d'augmenter (+ 8 %) dans un contexte inflationniste. Les volumes importés s'établissent ainsi à **6,26 millions d'hectolitres** pour **1,03 milliard 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 75 % des volumes. Les importations sont en augmentation pour l'ensemble des catégories de vin. Les vins effervescents connaissent toutefois la croissance la plus importante en volumes (+ 13 %), soutenue par les importations de Prosecco (+ 21 %) qui poursuivent leur développement et sont désormais presque majoritaires sur l'ensemble des importations de vins effervescents de la France (49 % de PDM), favorisées par une forte demande sur le marché national et avec un prix moyen qui augmente (+ 15 % par rapport à la campagne précédente).

Importations de vins depuis les 5 principales origines – Bilan de la campagne 2022/2023 (août-juillet)

	Importations					
	Volume (Millions hl)	Evolution (1 an)	Valeur (Milliards €)	Evolution (1 an)	Prix (€/l)	Evolution (1 an)
MONDE	6,26	↑ 1%	1,03	↑ 8%	1,65	↑ 7%
UE 27	5,61	→ 0%	0,69	↑ 9%	1,23	↑ 9%
Pays tiers	0,64	↑ 9%	0,35	↑ 6%	5,37	↓ -3%
Espagne	4,05	↓ -2%	0,24	↑ 9%	0,59	↑ 11%
Italie	0,83	↑ 6%	0,25	↑ 17%	2,99	↑ 10%
Portugal	0,31	↓ -15%	0,09	↓ -6%	2,98	↑ 11%
Afrique du Sud	0,19	↑ 16%	0,02	↑ 26%	1,16	↑ 9%
Chili	0,13	↓ -3%	0,05	↑ 10%	4,25	↑ 13%

Source : Douane française