

Points-clés

- **Les premières estimations de récolte pour la campagne 2022/23** portent les volumes à venir au-dessus de ceux de la campagne précédente (38 millions d'hl), à 44 millions d'hectolitre, soit une hausse de 6 millions d'hl. Si la sécheresse de cet été a limité les récoltes dans certains bassins, notamment à Bordeaux et dans le Sud-Ouest, d'autres présentent des estimations de récolte supérieures à la moyenne quinquennale (en Champagne par exemple).
- **Au 1^{er} stade de commercialisation, sur le début de la campagne 2022/23** (à 6 semaines) les volumes échangés varient fortement d'une catégorie à l'autre, en baisse pour tous les segments, à l'exception des Vins De France (SIG) rosés. Les prix sont majoritairement en baisse pour les VDF et en hausse pour les IGP. Sur l'ensemble de la campagne AOP 2021/22, les évolutions de volume et de prix suivent les tendances observées: volumes en baisse et prix en hausse.
- **Les ventes de vins effervescents en grande distribution durant les 8 premiers mois de 2022** (du 02/01/2022 au 11/09/2022) ont représenté 111 millions de cols, pour un chiffre d'affaires de 840 millions d'euros. Les ventes accusent une baisse de 1,5 % en volume par rapport à 2021 (- 0,5 % par rapport à la moyenne 2019/21) et de 3,2 % en valeur par rapport à 2021 (mais une progression de 3,2 % par rapport à la moyenne 2019/21).
- **Le bilan de la campagne 2021/22** (août 2021 – juillet 2022) montre une reprise significative des exportations de vins en valeur alors que les volumes ont tendance à stagner par rapport à la campagne précédente.
 - La reprise économique a favorisé l'exportation de vins haut de gamme qui avaient particulièrement souffert lors de la crise sanitaire. En conséquence, les prix moyens s'apprécient fortement (+ 15 %).
 - En volume, les exportations à destination de l'UE 27 sont en croissance alors qu'elles baissent vers les pays tiers. Les volumes sont cependant en repli sur certains marchés importants comme l'Allemagne ou encore le Royaume-Uni. Ces baisses se justifient probablement par les tensions inflationnistes et politiques accentuées depuis le début de la guerre en Ukraine.
 - Les importations augmentent fortement en valeur, portées principalement par les pays tiers et plus particulièrement par l'Afrique du Sud, qui retrouve le niveau d'avant 2017. Les importations depuis l'UE27 baissent, pénalisées notamment par l'Espagne, alors que le Prosecco continue sa progression.

Marchés à la production

Cumul des transactions à 6 semaines de la campagne 2022/23 (août 2022 à septembre 2022)*

	Transactions au 1 ^{er} stade de vin en vrac					
	Rouges		Rosés		Blancs	
Cumul août 2022- septembre 22 (à 6 semaines de campagne 2022/23)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)	Volume Cumulé (hl)	Prix (€/hl)
Vins de France (SIG)	16 178	72,68	25 885	37,68	15 676	90,94
	-53%	-13%	+101%	-50%	-53%	+5%
	↓	↓	↑	↓	↓	↑
Dont VDF de cépage	10 518	73,88	832	69,21	4 229	103,34
	+15%	-17%	-1%	-20%	-71%	+13%
	↑	↓	↓	↓	↓	↑
IGP	48 108	97,96	55 730	92,45	26 107	122,21
	-18%	+8%	+56%	+1%	-5%	+22%
	↓	↑	↑	↑	↓	↑
Dont IGP de cépage	38 677	98,76	18 889	93,74	20 812	125,47
	-12%	+8%	+44%	+8%	+9%	+23%
	↓	↑	↑	↑	↑	↑
AOP (cumul 12 mois, Juillet 2022)						
	↓	↑	↓	↑	↓	↑

* Pour les données AOP, analyse sur les 12 mois de campagne précédente uniquement (fin juillet 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

En ce début de campagne 2022/23, les tendances observées concernent les ventes de vins du millésime 2021 principalement, les volumes 2022 n'étant pas encore mis sur le marché. Les évolutions de volumes varient en fonction des catégories et couleurs. Pour les Vins De France (VDF), les rouges avec mention de cépage et l'ensemble des rosés présentent une hausse des volumes, respectivement de 15 % et 101 %. Pour les VDF rosés, la hausse est portée par les vins d'assemblage alors que les ventes en VDF rosés de cépage reculent légèrement. Concernant les IGP, les volumes de blancs de cépage et de rosé (toutes catégories) sont en hausse, les évolutions les plus importantes étant portées par les rosés.

Concernant les prix moyen, les cours des VDF connaissent une progression uniquement pour les vins blancs. La hausse est portée par les VDF blancs de cépage (+13 %). Les autres couleurs de VDF subissent une baisse des prix moyen notamment les rosés, dont le prix recule de 50 %. Concernant les IGP, les prix sont en hausse pour l'ensemble des couleurs. Les IGP blancs présentent les hausses les plus importantes, de l'ordre de 20 %.

Sur l'ensemble de la campagne AOP 2021/22, les évolutions de volume et de prix suivent les tendances observées : volumes en baisse et prix en hausse.

Consommation

Bilan des ventes de vins effervescents durant les 8 premiers mois 2022 :

Les ventes de vins effervescents en grande distribution (HM + SM + EDMP FR + E-commerce GSA + Proxi) durant les 8 premiers mois de 2022 (du 02/01/2022 au 11/09/2022) ont été en baisse en valeur et en volume par rapport à la même période en 2021, de respectivement -3,2 % et -1,5 %. Les volumes vendus sont également en baisse par rapport à la moyenne 3 ans (-0,5 %) alors que les valeurs se maintiennent à 3,2 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 (-10,0 %). Les vins effervescents étrangers, tirés par le Prosecco italien, ont confirmé leur progression tout au long de la période, avec une offre qui continue à 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 orientés (-9,8 % en volume et -4,3 % en valeur vs. moy. 3 ans pour les cuves closes, -21 % et -13,9 % 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 11 septembre 2022)

		Volume (Millions éq.75cl)	Évolution par rapport à 2021	Évolution par rapport moy. 2019/21	Valeur (Millions €)	Évolution par rapport à 2019	Évolution par rapport à moy. 2019/21
Total des ventes (effervescents alcoolisés)		110,5	↓ -1,5%	↓ -0,5%	840,2	↓ -3,2%	↑ 3,2%
Ventes par segment	AOP (hors Champagne)	28,0	↑ 3,3%	↑ 3,2%	174,8	↑ 4,4%	↑ 4,7%
	Cuves closes	37,1	↓ -3,8%	↓ -9,8%	111,5	↓ -0,4%	↓ -4,3%
	Effervescents étrangers	20,2	↑ 4,6%	↑ 17,5%	117,2	↑ 7,7%	↑ 22,7%
	Pétillants & aromatisés	1,1	↑ 14,5%	↓ -21,0%	3,9	↑ 14,9%	↓ -13,9%
	Champagne	20,2	↓ -10,0%	↓ -2,0%	420,0	↓ -9,5%	↑ 0,3%

Source : panel distributeur IRI pour FranceAgriMer

Commerce extérieur

Le bilan de la campagne 2021/22 (août 2021-juillet 2022) fait état d'une progression globale des **exportations françaises de vins en valeur** par rapport à la campagne précédente. Cependant, après une phase de hausse mensuelle en volume jusqu'en février/mars, les exportations connaissent un repli global lors de cette fin de campagne. En conséquence, les exportations sont stables par rapport à la campagne précédente. Dans le détail, ce sont les pays de l'UE à 27 qui expliquent principalement la hausse des exportations françaises. Avec le redémarrage de son économie, le marché américain fait partie des marchés les plus dynamiques pour les exportations françaises en volume à destination des pays tiers (+3 %). Au contraire, les exportations en volume à destination du marché allemand sont en fort repli (-8 %). L'Allemagne demeure tout de même le premier marché à l'export en volume. En termes de valorisation, ce sont les États-Unis qui connaissent la plus forte hausse (+24 %). Toutes destinations confondues, les exportations françaises de vins en valeur surperforment, avec une valorisation en progression de 15 %. En effet, ces dernières n'ont pas seulement progressé au global par rapport à la campagne précédente, elles ont également largement dépassé les exportations de la campagne 2019/2020 (+36 %). Ces résultats s'expliquent en partie par le redémarrage des économies mondiales, la suspension des taxes américaines et la réouverture des

circuits de consommation notamment hors domicile. Les vins effervescents, catégorie qui avait le plus pâti de la pandémie car leur consommation est davantage associée aux événements festifs, sont les vins dont la catégorie qui a aussi le mieux récupéré, voire performé (+17 % en volume et +29 % en valeur vs. campagne 2020/21). Ces performances sont en majeure partie tirées par le Champagne qui représente près de 58 % des volumes et 90 % des valeurs de vins effervescents exportés lors de cette campagne.

Exportations de vins vers les 5 principales destinations – Bilan de la campagne 2021/22 (août-juillet)

	Exportations					
	Volume (Millions hl)	Evolution (1 an)	Valeur (Milliards €)	Evolution (1 an)	Prix (€/l)	Evolution (1 an)
MONDE	14,35	0%	11,88	15%	8,28	15%
UE 27	6,57	1%	3,62	16%	5,52	15%
Pays tiers	7,78	-1%	8,26	14%	10,61	16%
Allemagne	2,05	-8%	0,87	10%	4,23	19%
Etats-Unis	1,99	3%	2,26	24%	11,35	20%
Royaume-Uni	1,67	-1%	1,55	14%	9,30	15%
Belgique	1,33	6%	0,70	11%	5,22	5%
Pays-Bas	1,15	9%	0,45	11%	3,90	2%

Source: Douane française

Les importations françaises de vins progressent légèrement en volume et fortement en valeur sur la campagne 2021/22 entraînant une forte appréciation des prix moyens (+22%). La France a toujours des difficultés à satisfaire la demande en vins entrée de gamme, à la fois sur son propre marché, mais aussi sur ses marchés d'exportations, par manque de disponibilités de vins SIG. La majeure partie des volumes importés correspond donc à des vins en vrac SIG de l'UE, essentiellement en provenance d'Espagne. Le prix d'importation des vins espagnols est en hausse de 5% par rapport à la campagne précédente, à 0,53 €/l. La campagne garde les stigmates du ralentissement des échanges lors de la campagne précédente, où la mise en place de mesures de confinement, dans la plupart des pays producteurs, a réduit les échanges mondiaux et notamment les flux entre la France et l'Espagne. Les stocks constitués en 2020 auraient donc pu servir à alimenter le marché français sans avoir recours à de l'importation. Toutefois les importations de Prosecco ont très bien résisté au repli des importations et confortent leur dynamisme tout au long de cette campagne (+42% en volume et +46% en valeur vs. campagne 2020/21). L'Italie progresse ainsi à la fois en volume (+6%) et en valeur (+24%). La valeur importée en provenance d'Italie se rapproche ainsi de la valeur importée espagnole. Les importations en provenance d'Afrique du Sud, en baisse depuis la campagne 2017/18, progressent de nouveau en volume (+68%) et en valeur (+52%) grâce à une forte hausse (+87%) des vins en gros vrac (>10l).

Importations de vins depuis les 5 principales origines – Bilan la campagne 2021/22 (août-juillet)

	Importations					
	Volume (Millions hl)	Evolution (1 an)	Valeur (Milliards €)	Evolution (1 an)	Prix (€/l)	Evolution (1 an)
MONDE	6,17	1%	0,95	22%	1,54	22%
UE 27	5,58	-2%	0,63	10%	1,12	11%
Pays tiers	0,59	25%	0,33	56%	5,53	26%
Espagne	4,10	-4%	0,22	5%	0,53	10%
Italie	0,77	6%	0,21	24%	2,69	17%
Portugal	0,36	0%	0,10	-3%	2,69	-3%
Afrique du Sud	0,17	68%	0,02	52%	1,06	-9%
Chili	0,13	32%	0,05	37%	3,76	3%

Source: Douane française