vinetur

Les acheteurs espagnols de produits alimentaires ont acheté 3,3 % de vin en moins au premier semestre 2026

Les dépenses ont reculé à 493,5 millions d'euros après une hausse des prix de 0,9 %, les vins rouges enregistrant les plus fortes baisses.

vendredi 11 septembre 2026



Les ventes de vin dans le canal de la distribution alimentaire en Espagne ont reculé au premier semestre 2026, les consommateurs achetant moins de vin et les prix moyens évoluant peu, selon une analyse publiée le 10 septembre par Del Rey AWM, fondée sur les données du panel alimentaire des ménages du ministère espagnol de l’Agriculture.

Le rapport indique que les consommateurs ont acheté 1,4 million d'hectolitres de vin via ce canal au cours des six mois clos en juin, soit une baisse de 3,3 % par rapport à la même période un an plus tôt. Les dépenses ont reculé de 2,4 % à 493,5 millions d'euros. Le prix moyen a augmenté de 0,9 % à 3,42 euros le litre, une légère hausse qui a limité la baisse des ventes en valeur.

Del Rey AWM a indiqué que la baisse des volumes sur le semestre était plus marquée que celle observée dans les données glissantes sur 12 mois, tandis que les tendances de prix s'amélioraient légèrement. Sur les 12 mois clos en juin, le volume du canal de la distribution alimentaire a reculé de 2,4 % et la valeur de 2,9 %, avec des prix moyens en baisse de 0,6 %. Sur la période de six mois, la modeste hausse des prix a aidé à réduire le recul du chiffre d'affaires à 2,4 %, malgré un affaiblissement supplémentaire des volumes.

La société a précisé que le canal de la distribution alimentaire ne représente qu'une partie du marché espagnol du vin. Le panel du ministère a évalué la consommation de vin dans ce canal à 3,1 millions d'hectolitres sur les 12 mois clos en juin, soit 34,6 % de la consommation totale estimée de vin, un peu supérieure à 9 millions d'hectolitres, sur la base des données INFOVI citées dans le rapport. Le reste du marché provient de l'hôtellerie-restauration, des magasins spécialisés, des points de vente temporaires, des ventes en ligne et des ventes directes des domaines. Par rapport au marché plus large, toutefois, la distribution alimentaire a résisté un peu mieux. Le rapport indique que la consommation totale de vin en Espagne a diminué de 7,2 % sur les 12 mois clos en juin, une baisse bien plus marquée que le recul de 2,4 % du canal alimentaire.

Le rapport a aussi replacé ces chiffres dans le contexte de la pandémie. Pendant les confinements liés au COVID-19, la consommation à domicile a augmenté, les bars et restaurants étant fermés pendant des mois. Del Rey AWM a indiqué que la consommation de vin à domicile est ensuite revenue à des niveaux similaires à ceux

d'avant la pandémie et, dans certains cas, est même légèrement redescendue.

Par catégorie, les vins tranquilles ont été plus faibles que les vins effervescents, et les vins tranquilles bénéficiant d'une appellation d'origine protégée ont enregistré les plus fortes pertes. Ce segment, le plus important du marché, a reculé de 7,5 % en volume à 58,7 millions de litres au premier semestre et de 5,9 % en valeur à 279 millions d'euros. Les vins effervescents ont moins reculé, avec un volume en baisse de 0,9 % et une valeur en baisse de 3,5 % à 48,2 millions d'euros. Les vins fortifiés sont restés stables en valeur à 22,3 millions d'euros et ont reculé de 3,9 % en volume.

Les seuls segments de vins tranquilles à avoir affiché un chiffre d'affaires en hausse étaient les catégories les moins chères. Les vins sous indication géographique protégée ont progressé de 6,3 % en valeur à 30,1 millions d'euros et de 7,7 % en volume. Les vins sans indication géographique ont augmenté de 4,1 % en valeur à 110 millions d'euros, malgré un repli de 1,3 % des volumes. Del Rey AWM a indiqué que ces segments se vendent à des prix moyens plus bas, à 3,10 euros le litre pour les vins IGP et 1,77 euro le litre pour les vins sans indication. Le rapport précise que le prix moyen des vins sans indication a augmenté de 5,5 %.

La ventilation par couleur montre un schéma similaire. Le vin rouge, qui demeure la principale catégorie de couleur chez les consommateurs espagnols, a enregistré les plus fortes baisses. Les ventes de vin rouge dans le canal de la distribution alimentaire ont reculé de 7,9 % en valeur à 234,2 millions d'euros et de 7,1 % en volume à 68,1 millions de litres. Son prix moyen a diminué de 0,9 %.

Le vin blanc a évolué à l'inverse. Del Rey AWM a indiqué que les ventes de vin blanc ont progressé de 5,1 % en valeur, principalement grâce à une hausse de 4,9 % du prix moyen, tandis que les volumes ont légèrement augmenté de 0,3 %. Le rosé, segment bien plus réduit, a lui aussi affiché un chiffre d'affaires en hausse, la progression des prix ayant compensé la baisse des volumes. Le rapport fait état d'une hausse de 2,9 % de la valeur du rosé, d'un recul de 6,5 % des volumes et d'une hausse de 10,0 % du prix moyen.

Del Rey AWM a indiqué que ces chiffres s'inscrivent dans une tendance plus large observée depuis des années, tant dans la consommation intérieure que dans les exportations, les vins blancs se montrant plus performants que les rouges. La société a estimé que les consommateurs semblent manifester davantage d'intérêt pour des vins plus frais et plus faciles à boire, tout en notant que certains vins rouges de plus forte valeur continuent de mieux se comporter que la catégorie rouge dans son ensemble.

La plus forte croissance dans le panel du ministère est venue de l'extérieur du vin traditionnel. Le vin désalcoolisé est resté un segment très modeste dans le canal de la distribution alimentaire, avec 2,2 millions d'euros de ventes et 0,3 million de litres sur le semestre, mais le rapport indique que ces chiffres étaient en hausse de 84,9 % en valeur et de 147 % en volume par rapport à un an plus tôt. Del Rey AWM a averti que les taux de croissance d'une catégorie aussi réduite peuvent être volatils et doivent être observés sur une période plus longue.

Les boissons à base de vin étaient bien plus importantes et ont aussi progressé rapidement. Le rapport indique que cette catégorie a atteint 79,2 millions d'euros de ventes et 36,3 millions de litres au premier semestre, pour un prix moyen de 2,18 euros le litre. La valeur a augmenté de 15,0 % et les volumes de 20,1 %, tandis que le prix moyen a reculé de 4,3 %. Ces gains ont été enregistrés avant même les mois d'été, qui sont importants pour certaines de ces boissons.

Au sein des boissons à base de vin, le panel du ministère suit le vermouth, la sangria, le tinto de verano et les boissons sans alcool. Del Rey AWM a indiqué que les ventes de vermouth ont augmenté de 15 % en valeur au cours des six premiers mois de l'année. Le tinto de verano et les autres boissons à base de vin sans alcool ont chacun affiché une croissance de leur valeur de plus de 30 %, et toutes ces sous-catégories ont progressé de plus de 20 % en volume. La sangria fait exception, avec une valeur en baisse de 3,8 % et des volumes inchangés.