vinetur

Les exportations viticoles néo-zélandaises atteignent 2,108 milliards de dollars malgré une récolte inférieure de 15 %

Les ventes du secteur ont augmenté de 8 % sur l'exercice clos en juin, atteignant le deuxième total annuel arrêté à juin le plus élevé jamais enregistré pour le secteur.

jeudi 24 septembre 2026



Les exportations de vin néo-zélandais ont progressé sur l'exercice clos en juin 2026, alors même que la dernière récolte du pays est ressortie nettement en dessous du niveau de l'an dernier, selon le rapport annuel publié mercredi par New Zealand Winegrowers.

L'organisation professionnelle a indiqué que les recettes d'exportation ont atteint 2,108 milliards de dollars sur les 12 mois clos en juin, tandis que le volume exporté a augmenté à 306,2 millions de litres. Cela représente, selon elle, une hausse globale des ventes de 8 %, tirée par les exportations, et correspond au deuxième meilleur total annuel arrêté à juin jamais enregistré par le secteur.

Ce rapport intervient à un moment difficile pour de nombreux producteurs de vin dans le monde, la faiblesse de la demande et la pression sur les stocks touchant plusieurs grandes régions productrices. Dans ce contexte, New Zealand Winegrowers a indiqué que l'industrie viticole du pays continuait d'afficher une croissance sur les marchés internationaux, soutenue par la demande pour ses produits premium et par sa position dans la catégorie Sauvignon Blanc.

Dans le même temps, le groupe a indiqué que les entreprises de l'ensemble de la filière s'adaptaient aux conditions actuelles du marché. Il a fait état d'une récolte 2026 d'environ 440 000 tonnes métriques, en baisse de 15 % par rapport à l'année précédente. Selon le rapport, cette moindre vendange visait à rapprocher la production de la demande du marché après une récolte 2025 plus importante.

Cette combinaison d'exportations plus soutenues et d'une récolte plus courte devrait attirer l'attention dans l'ensemble du secteur des boissons, en particulier chez les importateurs, distributeurs et détaillants qui surveillent les niveaux d'offre sur les marchés mondiaux du vin. Une récolte plus faible peut réduire la pression liée aux excédents de stocks et, si la demande reste ferme, elle pourrait avoir une incidence sur les prix et la disponibilité des produits dans certains circuits d'exportation dans les mois à venir.

New Zealand Winegrowers n'a pas fourni de détail marché par marché dans la communication publiée avec le rapport annuel, mais a indiqué que le vin néo-zélandais continuait à surperformer la catégorie vin au sens large sur des marchés clés. Le

groupe y voit un signe de résilience au cours d'une année qu'il décrit comme difficile, à la fois au niveau mondial et sur le marché intérieur.

Les chiffres d'exportation soulignent l'importance de la demande étrangère pour l'industrie viticole néo-zélandaise. Le vin est l'une des principales exportations agricoles à forte valeur ajoutée du pays, et les ventes internationales ont depuis longtemps pesé sur les décisions de plantation, la planification de la production et les investissements dans les régions de production. Lorsque les valeurs à l'export progressent en même temps que les volumes de récolte reculent, cela peut indiquer un resserrement de l'offre à venir, même si tous ses effets ne se font pas sentir immédiatement.

La donnée de production du rapport suggère également que le secteur cherche à éviter une accumulation de stocks invendus après la campagne précédente. Pour les producteurs, cela peut contribuer à protéger les marges et à réduire la pression sur le stockage. Pour les acheteurs sur les marchés étrangers, cela peut signifier une surveillance plus étroite des calendriers d'expédition et moins de marge pour les remises si les stocks commencent à se tendre.

New Zealand Winegrowers a estimé que ces derniers résultats renforcent la confiance dans les perspectives à long terme du secteur, malgré les tensions de court terme dans le commerce du vin au sens large. L'organisation a lié ces perspectives à la réputation du pays pour ses vins distinctifs et sa production durable, des thèmes qui restent au cœur de son marketing international.

Le rapport annuel a été publié sur le site New Zealand Wine le 23 septembre.