vinetur

La Nouvelle-Zélande a vendu davantage de vin à l’étranger à des prix d’exportation inférieurs d’environ 5 %.

Les données annuelles du secteur montrent que le volume des exportations a augmenté de 6,04 % à 306,2 millions de litres, mais que les recettes n’ont progressé que de 0,48 % à 2,108 milliards de NZ $.

mercredi 7 octobre 2026



Les exportations de vin de la Nouvelle-Zélande ont augmenté en volume au cours de l’année écoulée, mais les recettes à l’exportation sont restées presque inchangées, selon le dernier rapport annuel de New Zealand Winegrowers, signe que les acheteurs étrangers ont absorbé davantage de vin, mais à des prix moyens plus faibles.

Le groupement professionnel a indiqué que les recettes à l’exportation ont atteint 2,108 milliards de NZ $, tandis que le volume exporté a grimpé à 306,2 millions de litres. Cela représente une hausse de 6,04 % du volume sur un an, contre seulement 0,48 % pour la valeur. Sur la base de ces chiffres, le rendement moyen à l’exportation est tombé à environ 6,88 NZ $ le litre, contre environ 7,27 NZ $ un an plus tôt, soit une baisse d’environ 5 %.

Ce montant moyen correspond à la valeur perçue à l’export, avant l’ajout du fret, des droits d’importation, des marges de gros et du prix de détail sur les marchés de destination. Rapporté à l’équivalent d’une bouteille de 750 ml, le rendement moyen à l’export est passé à environ 5,16 NZ $, contre environ 5,45 NZ $ un an plus tôt.

Pour les producteurs de vin et l’ensemble du secteur des boissons, l’écart entre la hausse des volumes expédiés et des recettes quasiment stables est significatif, car il indique une croissance qui pourrait être tirée par des prix plus bas plutôt que par une amélioration de l’économie unitaire. Si cette tendance se poursuit, les exportateurs pourraient subir une pression accrue pour revoir leurs conditions tarifaires, leur mix-marchés et leurs dépenses promotionnelles afin de protéger leurs marges, en particulier sur les marchés où les volumes progressent le plus vite.

La Chine continentale a affiché le taux de croissance le plus frappant du rapport. La Nouvelle-Zélande y a expédié 7,344 millions de litres, soit 72 % de plus qu’un an plus tôt, et la valeur des exportations vers la Chine a augmenté de 24,27 % pour atteindre 69,841 millions de NZ $. Mais l’effet combiné de ces deux chiffres s’est traduit par une forte baisse de la valeur moyenne par litre. D’après les chiffres du rapport, le rendement moyen à l’exportation vers la Chine est tombé à environ 9,51 NZ $ le litre, contre environ 13,16 NZ $ un an plus tôt, soit une baisse d’environ 28 %.

Cela suggère que la hausse plus forte des ventes en Chine s’est faite à des prix plus bas. En équivalent bouteille, la valeur moyenne à l’export d’une bouteille de 750 ml expédiée en Chine est passée d’environ 9,87 NZ $ à environ 7,13 NZ $. Ces chiffres ne montrent pas ce que les consommateurs ont payé au détail, mais ils indiquent ce que percevaient les exportateurs néo-zélandais avant que le reste de la chaîne de distribution n’ajoute coûts et marges.

La forte croissance en pourcentage de la Chine partait aussi d’une base relativement faible. Selon le rapport, la Chine a représenté environ 2,4 % du volume total des exportations de vin de la Nouvelle-Zélande et environ 3,3 % de la valeur exportée. À l’inverse, le Royaume-Uni a été un moteur bien plus important de la hausse globale des expéditions. Le volume total exporté par la Nouvelle-Zélande a augmenté d’environ 17,4 millions de litres par rapport à l’année précédente. Sur cette hausse, le Royaume-Uni a représenté environ 11,7 millions de litres, les volumes passant d’environ 73,2 millions de litres à 84,9 millions de litres. La Chine a ajouté environ 3,1 millions de litres sur la même période.

Cela signifie que la majeure partie du vin supplémentaire expédié à l’étranger au cours de l’année est partie vers la Grande-Bretagne, même si la Chine a davantage retenu l’attention en raison d’une hausse en pourcentage beaucoup plus forte. L’écart d’échelle compte pour les producteurs qui cherchent à savoir d’où vient la croissance et dans quelle mesure elle peut durer.

Le rapport a également mis en évidence une tendance claire sur les grands marchés : là où les volumes ont progressé, les prix moyens se sont généralement affaiblis. Le Royaume-Uni a importé 16 % de vin néo-zélandais en plus, mais la valeur moyenne par litre sur ce marché a reculé d’environ 10 %, selon les données du rapport. La Chine a absorbé 72 % de volume en plus, mais avec une baisse bien plus marquée de la valeur moyenne. Cette combinaison peut soutenir les parts de marché et écouler davantage de produit, mais elle peut aussi peser sur les revenus des vignerons et des domaines si les prix à l’exportation plus faibles ne sont pas compensés ailleurs.

Les États-Unis se sont distingués comme la principale exception parmi les grands marchés. Les expéditions vers les États-Unis ont reculé de 7,31 % à 91,98 millions de litres, tandis que la valeur des exportations diminuait de 5,39 % à 720,62 millions de NZ $. Comme la valeur a baissé plus lentement que le volume, la valeur moyenne à l'export par litre vers les États-Unis a en fait augmenté d'environ 2 %. Les États-Unis sont restés le premier marché de la Nouvelle-Zélande en valeur, et la tendance des prix y a été plus solide que sur les marchés où les volumes ont progressé.

Ce contraste est important pour le commerce des boissons, car il montre différentes formes de demande. Un marché peut acheter moins de vin tout en soutenant des rendements moyens plus élevés. Un autre peut acheter beaucoup plus de vin, mais seulement si le prix baisse. Pour les exportateurs, ce sont des formes de croissance très différentes, avec des conséquences différentes pour la rentabilité, le positionnement de marque et les conditions contractuelles.

Deux marchés asiatiques plus petits ont montré un équilibre plus stable entre volume et valeur. Singapour a augmenté de 18,83 % son volume d'importations de vin néo-zélandais, tandis que la valeur progressait de 17,77 %, laissant le prix moyen par litre quasiment inchangé. Le Japon a augmenté son volume de 9,61 % et sa valeur de 7,12 %, ce qui implique seulement une légère baisse de la valeur moyenne. Ces marchés sont bien plus petits que le Royaume-Uni, les États-Unis ou même la Chine, mais les chiffres suggèrent qu'ils ont progressé sans le même degré de rabais observé ailleurs.

Le rapport n'a pas identifié de cause unique à cet écart de prix, et les seules données à l'exportation ne permettent pas de dire quelle part du changement provient de remises, du mix produit, des effets de change, des évolutions des circuits de distribution ou de la concurrence entre fournisseurs. Mais les chiffres indiquent que le secteur a vendu davantage de vin à l'étranger tout en ne captant globalement que peu de recettes supplémentaires. C'est une combinaison difficile pour tout secteur des boissons tourné vers l'export, car des volumes plus élevés ne se traduisent pas automatiquement par de meilleurs résultats si le rendement moyen par unité baisse.

Pour les entreprises viticoles néo-zélandaises, le défi est désormais de savoir non seulement combien de vin peut être vendu sur les marchés étrangers, mais à quel prix et à quelles conditions. Le rebond des volumes en Chine peut rester important pour reconstruire la distribution et la présence en rayon en Asie, mais le rendement moyen plus faible suggère que la discipline tarifaire comptera autant que la croissance des expéditions. Au Royaume-Uni, où l'échelle demeure bien plus importante, les chiffres posent une question similaire sur le niveau de croissance des volumes qui peut être recherché avant que les marges ne s'érodent.

New Zealand Winegrowers a publié le rapport annuel cette semaine, et ses chiffres montrent un secteur exportateur qui reste important et actif à l'échelle mondiale, mais qui évolue sur un marché où les gains de volume et les gains de valeur ne vont plus de pair.