vinetur

Depuis 2017, les ménages espagnols ont acheté 20,1 % de vin en moins pour leur consommation à domicile

La part du vin dans les dépenses des ménages espagnols en boissons est tombée à 11,5 %, la plus forte baisse parmi les principales catégories.

mercredi 7 octobre 2026



Les ventes de vin et de boissons à base de vin destinées à la consommation à domicile en Espagne ont reculé de 20,1 % en volume depuis 2017, tandis que l'eau en bouteille a gagné du terrain dans les achats des ménages, selon une étude publiée mercredi par le cabinet d'études sur le marché du vin Del Rey AWM.

D'après ce rapport, fondé sur le panel de consommation alimentaire des ménages du ministère espagnol de l'Agriculture, le vin et ses dérivés ont représenté 401,8 millions de litres sur les 12 mois clos en juillet 2026, contre 502,5 millions de litres en 2017. Le chiffre d'affaires de la catégorie a néanmoins progressé de 13,7 % sur la période, à 1,3148 milliard d'euros, mais cette hausse est restée très en deçà de celle enregistrée sur l'ensemble du marché des boissons dans la distribution alimentaire espagnole. La part du vin dans le volume total de boissons achetées par les ménages est passée de 5,0 % à 4,2 %, tandis que sa part dans les dépenses totales a reculé de 13,2 % à 11,5 %. Avec 1,7 point de baisse en valeur, il s'agit du recul le plus marqué parmi les principales catégories de boissons étudiées.

Del Rey AWM a examiné l'évolution de la demande des ménages depuis 2017 pour le vin, la bière, le cidre, les spiritueux, l'eau en bouteille, les boissons sans alcool, les jus, le lait, le café, le thé et les infusions, ainsi qu'une catégorie fourre-tout comprenant notamment les boissons végétales, biologiques et sans gluten. Le cabinet a utilisé ce qu'il appelle la « part de consommation », qui mesure la proportion du volume total de boissons correspondant à chaque catégorie, au gré de l'évolution des achats des consommateurs.

Les données portant sur l'ensemble du marché montrent que les ménages espagnols achètent légèrement moins de boissons au total, mais les paient beaucoup plus cher. Les ventes cumulées dans les catégories étudiées ont atteint 9,6497 milliards de litres sur la dernière période de 12 mois, en baisse de 3,5 % par rapport aux 9,9977 milliards de litres de 2017. Dans le même temps, les dépenses ont progressé de 30,2 %, passant de 8,7516 à 11,3917 milliards d'euros. Le prix moyen de l'ensemble des boissons est passé d'environ 0,88 euro le litre à 1,18 euro, soit une hausse de 34,9 %.

Selon l’étude, la tendance de long terme est similaire. En 2000, les ménages avaient acheté 8,7818 milliards de litres de boissons dans le circuit de la distribution alimentaire, soit seulement 9,9 % de moins que sur la dernière période étudiée. Les dépenses ont toutefois presque doublé depuis, en hausse de 102 % par rapport aux 5,6402 milliards d’euros de l’époque. Le prix moyen au litre a augmenté de 83,8 % depuis le début du siècle, passant de 0,64 à 1,18 euro.

Le rapport souligne que les chiffres couvrent uniquement le circuit de la distribution alimentaire et excluent les boissons consommées dans les bars, les restaurants et les autres établissements de restauration. Ils ne prennent pas non plus en compte l’eau du robinet. Cette précision est particulièrement importante pour les boissons alcoolisées, dont la consommation hors domicile reste significative. Le cabinet indique également que le ministère espagnol de l’Agriculture a fait évoluer certaines définitions de catégories au fil du temps, tout en précisant que les principales séries de données restent comparables.

L’eau en bouteille est celle qui a le plus nettement progressé en volume. Elle représentait environ 28 % des boissons achetées pour la consommation à domicile en 2017, contre plus de 31,6 % aujourd’hui, soit un gain de 3,6 points. Elle a ainsi dépassé le lait, qui occupait la première place il y a dix ans. La part du lait en volume a diminué d’environ deux points, passant d’à peu près 32 % à 30 %.

Ces deux catégories affichent certains des prix les plus bas du marché, mais leur évolution dans les dépenses des ménages diffère. Le prix moyen de l’eau en bouteille est passé de 0,21 à 0,24 euro le litre, soit une hausse de 14,6 %, bien inférieure à la moyenne du marché. L’eau a ainsi gagné du terrain en volume, mais pas en valeur : sa part dans les dépenses totales a diminué de 0,3 point. Le lait a lui aussi perdu du terrain en volume, mais sa part en valeur n’a reculé que de 0,3 point, son prix moyen ayant augmenté de 41,9 %, à 0,98 euro le litre. Le lait représente toujours environ un quart des dépenses des ménages en boissons, contre près de 7 % pour l’eau en bouteille.

Les boissons sans alcool ont également perdu du terrain dans le panier des ménages. Leur part du volume de boissons a diminué de 1,9 point depuis 2017, alors qu'elle était d'environ 19 %, mais leur part en valeur n'a reculé que de 0,1 point. L'étude attribue cet écart à une hausse de 48,8 % du prix moyen, désormais établi à 1,20 euro le litre. Les jus et nectars ont davantage souffert. Leur part a baissé de 1,5 point, tant en volume qu'en valeur, malgré une hausse de 47,9 % du prix moyen, à 1,53 euro le litre.

Le café, le thé et les infusions ont suivi une trajectoire différente. Leur part en volume est restée presque stable, avec une hausse de 0,1 point, mais leur part dans les dépenses a gagné 2,6 points, la progression en valeur la plus importante de toutes les catégories étudiées. Le volume vendu a augmenté de 7,6 % sur la période, tandis que le prix moyen a bondi de 45,4 %, passant de 14,69 à 21,37 euros le litre. Le café et les infusions constituent ainsi la catégorie la plus chère de l'étude, devant même les spiritueux.

La bière et le cidre ont connu des évolutions beaucoup plus stables. La part de la bière en volume a progressé de 0,2 point et sa part en valeur de 0,3 point, tandis que son prix moyen a augmenté de 35,1 %, à 1,65 euro le litre. La part du cidre en volume est restée pratiquement inchangée et sa part en valeur a gagné 0,1 point, malgré l'une des plus fortes hausses de prix du marché : 56,5 %, à 3,17 euros le litre. Les spiritueux ont suivi une autre tendance : leur part en volume est restée stable, mais leur part en valeur a diminué de 1,1 point, leur prix moyen n'ayant augmenté que de 9,9 %, soit bien moins que sur l'ensemble du marché des boissons.

Pour le vin, le principal problème est que la hausse des prix n'a pas compensé la baisse des volumes vendus aussi efficacement que dans certaines autres catégories. Depuis 2017, le prix moyen du vin et des boissons à base de vin a augmenté de 42,2 %, passant de 2,30 à 3,27 euros le litre. Cette hausse dépasse de plus de sept points celle de 34,9 % enregistrée pour l'ensemble des boissons, mais elle n'a pas empêché la catégorie d'afficher une croissance de son chiffre d'affaires inférieure à celle du marché. Alors que les dépenses totales des ménages en boissons ont progressé de 30,2 %, le chiffre d'affaires du vin n'a augmenté que de 13,7 %.

Le recul n’a pas touché toutes les catégories de vin de la même façon. Les vins bénéficiant d’une appellation d’origine protégée ou d’une indication géographique protégée, désignés en Espagne par les sigles DOP et IGP, se sont montrés plus résistants que ceux vendus sans ces mentions. Selon les données ministérielles citées dans l’étude, les ventes en volume de vins DOP ou IGP ont reculé de 7,1 % depuis 2017, contre 25,5 % pour les vins sans ces indications. En valeur absolue, les achats de vins DOP et IGP sont passés d’environ 195,5 à 181,7 millions de litres, tandis que ceux de vins sans DOP ni IGP ont chuté de 174,5 millions à environ 130 millions de litres.

Les évolutions en valeur divergent également. Le chiffre d’affaires des vins DOP et IGP a progressé de 12,4 %, passant de 786,8 à 884,5 millions d’euros. Celui des vins sans indication d’origine n’a augmenté que de 3,8 %, de 217,4 à 225,7 millions d’euros. Selon le cabinet, cette évolution de la composition des achats a contribué à faire progresser le prix moyen de l’ensemble de la catégorie vin. Il précise que la revalorisation du vin tient non seulement à la hausse des prix des produits pris individuellement, mais aussi à la part croissante des segments les plus chers dans les achats des ménages.

Les données montrent également que le volume des boissons à base de vin a diminué de près de 20 % depuis 2017, même si la hausse des prix a tout de même fait progresser leur chiffre d’affaires de 13,7 %. Les vins biologiques apparaissent dans les statistiques comme une composante encore modeste, mais en croissance, de la catégorie.

Del Rey AWM estime que les chiffres ne permettent pas d’expliquer simplement les évolutions du marché. Une préférence pour les produits moins alcoolisés pourrait contribuer à expliquer le recul de la demande de vin et de spiritueux, indique le rapport, mais cette hypothèse ne concorde pas avec la relative stabilité de la bière et du cidre. Elle n’explique pas non plus pourquoi le lait et les jus, tous deux sans alcool, ont eux aussi perdu du terrain. Les prix ne suffisent pas non plus à expliquer ces tendances. L’eau en bouteille, l’une des catégories les moins chères, a gagné du terrain en volume, tandis que le lait, lui aussi peu coûteux, en a perdu. Le café et les infusions ont réussi à maintenir leurs volumes, voire à les accroître légèrement, malgré de fortes hausses de prix. Selon le cabinet, les différences de réaction des consommateurs aux

augmentations de prix pourraient contribuer à expliquer ces évolutions.

Le rapport relève également des changements au sein même du marché du vin, où les effervescents et les blancs obtiennent de meilleurs résultats que les rouges traditionnels. Cette évolution vers des produits plus frais ne se retrouve toutefois pas dans l’ensemble du marché des boissons, puisque les boissons sans alcool et les jus ont eux aussi perdu du terrain. Ces tendances contrastées poussent les entreprises du secteur à élargir leur gamme et à rechercher de nouveaux relais de croissance, tandis que les habitudes d’achat des ménages espagnols continuent d’évoluer.