vinetur

Les ventes de xérès de Jerez reculent de 6,4 %, après une chute de plus de 38 % des achats néerlandais.

Les exportations ont baissé de 10,7 % sur les 12 mois à fin août, incitant les producteurs à miser davantage sur des vins plus chers.

lundi 12 octobre 2026



Les ventes de vins de la région espagnole de Jerez ont reculé sur les 12 mois à fin août, sous l'effet de l'affaiblissement de la demande à l'exportation. La forte baisse enregistrée aux Pays-Bas explique une grande partie de ce repli, selon les chiffres du Conseil régulateur des vins de Jerez et de la Manzanilla de Sanlúcar.

Les ventes totales de vins relevant des appellations Jerez-Xérès-Sherry et Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda ont atteint 22,3 millions de litres sur la période de 12 mois, soit une baisse de 6,4 % par rapport à l'année précédente. Le recul s'explique principalement par les marchés étrangers. Les exportations ont diminué de 10,7 %, tandis que les ventes en Espagne sont restées presque stables, dans un contexte de consommation difficile.

Ces données témoignent de la pression persistante sur la consommation de vin en Europe et, plus largement, dans le secteur des boissons. Elles montrent également que la filière s'oriente davantage vers des marques plus chères et à plus forte valeur ajoutée. Cette évolution pourrait concerner non seulement les producteurs, mais aussi les exportateurs, les distributeurs et les acheteurs de marques de distributeur, qui dépendent de produits à plus gros volumes et à prix plus bas.

En valeur absolue, les ventes ont diminué d'environ 1,5 million de litres par rapport à la période précédente de 12 mois. Presque toute cette baisse est imputable aux exportations, qui sont passées de 12,8 à 11,4 millions de litres. Le marché intérieur s'est montré plus stable, avec un recul de 1,4 % à 10,9 millions de litres.

Malgré la baisse des volumes, la hausse des prix a contribué à atténuer l'impact financier. Les producteurs de la région s'orientent davantage vers les vins haut de gamme et délaissent les marques de distributeur, dont le poids diminue sur les marchés espagnol et étrangers. Les responsables de la filière à Jerez résument simplement la tendance : les ventes de vin baissent, mais à de meilleurs prix.

Les Pays-Bas sont le principal facteur du recul des exportations. Les achats y ont chuté de plus de 38 %, passant de 2,55 millions de litres à moins de 1,6 million. Un seul marché a ainsi perdu près d'un million de litres. Les dirigeants du Conseil régulateur ont en partie attribué cette baisse à la structure du marché néerlandais, où les marques de distributeur ont traditionnellement occupé une place importante, alors que

de nombreuses maisons de Jerez privilégient aujourd'hui les vins à plus forte valeur ajoutée.

Le Royaume-Uni est resté de loin le premier marché étranger. Il a représenté près de la moitié des volumes exportés, mais les ventes y ont tout de même baissé de 2,6 %, à 5,55 millions de litres. L'Allemagne a également contribué au recul général, avec des ventes en baisse de 10 % et un volume total inférieur à un million de litres.

L'Europe dans son ensemble, qui absorbe environ 85 % des exportations de Jerez, a enregistré un recul de 11,3 % et explique l'essentiel de la baisse des ventes de la région à l'étranger. Ces chiffres suggèrent que le principal problème de la catégorie reste concentré sur ses marchés européens historiques, où la demande des consommateurs s'est affaiblie et où les segments les moins chers semblent subir les pressions les plus fortes.

Les États-Unis ont fait figure d'exception. Les ventes y ont progressé de près de 8 % sur les 12 mois à fin août, dépassant les 700 000 litres. Cette hausse intervient après une longue période durant laquelle les tensions commerciales, les pressions tarifaires et l'incertitude sur le marché américain ont pesé sur les expéditions, selon la filière. Le redressement aux États-Unis n'a toutefois pas suffi à compenser les pertes enregistrées ailleurs. Dans le reste des Amériques, les ventes ont chuté de 25,5 %, à 310 000 litres. L'Asie, où les volumes restent faibles, a enregistré un recul de 11,8 %.

Les résultats ont fortement varié selon les styles. Parmi les vins élevés sous voile, les ventes de manzanilla ont baissé de 5,6 %, à 5,4 millions de litres, tandis que celles de fino ont reculé de 4,9 %, à 4,7 millions de litres. Dans les deux catégories, la demande à l'exportation a été plus faible que sur le marché intérieur. Les exportations de fino ont chuté de 12,1 %, malgré une hausse de 3,2 % des ventes de fino en Espagne. La manzanilla a perdu du terrain sur les deux marchés.

Certains styles oxydatifs ont mieux résisté. Les ventes d'amontillado ont progressé de 11,3 %, à 450 000 litres, grâce notamment à une hausse de 18,3 % des exportations. L'oloroso a également progressé, de 5 %, à 810 000 litres. Ces hausses n'ont pas suffi à compenser la faiblesse des styles fortifiés aux volumes les plus importants. Le medium a reculé de 15,7 %, à moins de 3 millions de litres, le cream a baissé de 6,4 %, à 5

millions de litres, et le pale cream a diminué de 7,3 %.

Les données sur les prix montrent pourquoi les producteurs ont pu amortir une partie du recul des volumes. À la fin du premier semestre, le prix moyen à l’exportation des vins de Jerez atteignait 4,81 euros par litre. Les vins titrant plus de 15 % d’alcool, qui représentent 65 % des expéditions à l’export, se vendaient en moyenne 5,11 euros par litre, soit 1,7 % de plus qu’en 2025. Le fino et la manzanilla affichaient un prix moyen de 4,24 euros par litre, en hausse de 6,3 %.

Sur une période plus longue, la hausse des prix est encore plus nette. Depuis 2017, les prix à l’exportation des vins titrant plus de 15 % d’alcool ont augmenté de 37 %. Ceux des vins élevés sous voile, dont le fino et la manzanilla, ont progressé de 67 % sur la même période, réduisant l’écart entre les deux catégories.

La même tendance se dessine en Espagne. En juillet 2026, le prix de vente au détail moyen d’une bouteille de Jerez de 750 millilitres atteignait 6,93 euros, contre 6,38 euros un an plus tôt, soit une hausse de 7,7 %. Pour le secteur des boissons, cette combinaison de volumes en baisse et de prix plus fermes devient un enjeu central, en particulier en Europe, où le ralentissement de la demande pénalise les exportateurs et incite les producteurs à miser davantage sur le positionnement haut de gamme que sur les ventes de masse.