vinetur

Le secteur viticole italien sous pression : les coûts de production grimpent de 8,9 %

Les prix du vin à la consommation ont baissé de 2,6 %, réduisant la marge de manœuvre des producteurs face au recul de la demande intérieure

lundi 9 novembre 2026



Le secteur viticole italien subit une pression financière croissante : les coûts de production augmentent tandis que les prix de détail baissent, remettant en cause une stratégie qui a conduit pendant des années les domaines à vendre moins de bouteilles, mais plus cher.

Une analyse publiée lundi 9 novembre par Foodmakers.it, qui cite des données de l'Unione Italiana Vini (UIV), estime que l'écart entre les coûts et les prix met en évidence les limites de cette approche pour une grande partie du marché. Selon les chiffres rapportés, l'inflation générale en Italie s'élevait à 5,4 % en octobre, d'après les données de l'Istat, tandis que les coûts de production agricole dans les vignobles et les chais avaient progressé de 8,9 % sur un an en septembre, selon l'Ismea. Sur la même période, les prix du vin à la consommation en Italie ont reculé de 2,6 %.

Cette combinaison réduit les marges des domaines à un moment où la demande intérieure s'affaiblit. L'article cite également une enquête de Noto Sondaggi pour Il Sole 24 Ore, selon laquelle 35 % des Italiens ont désigné le vin comme le premier poste qu'ils supprimeraient de leurs dépenses alimentaires.

Pour le secteur italien des boissons, le décalage entre la hausse des coûts des intrants et la baisse des prix en rayon est important, car il laisse penser que les domaines ne pourront peut-être plus préserver leur rentabilité en positionnant simplement leurs produits sur des gammes de prix supérieures. Si cette pression se poursuit, elle pourrait influer sur les stratégies tarifaires, non seulement dans le vin, mais aussi dans les bars, les restaurants et les autres catégories de boissons qui se disputent les mêmes dépenses des consommateurs.

Les données mettent en évidence un problème qui dépasse le cadre d'une inflation temporaire. Les producteurs de vin doivent composer avec la hausse des coûts de l'énergie, de l'emballage et de la viticulture, mais beaucoup constatent que les supermarchés et les restaurants ne peuvent plus absorber de nouvelles hausses de prix. Concrètement, les producteurs qui tentent d'augmenter leurs tarifs risquent de voir leurs ventes ralentir sur un marché déjà préoccupé par les niveaux de stocks.

La question est d’autant plus importante que le haut de gamme ne représente qu’une petite part du vin italien. Un nombre limité de marques prestigieuses et d’appellations historiques peuvent encore se vendre à des prix de luxe sur des marchés d’exportation comme les États-Unis, le Royaume-Uni et le Japon. Mais une grande partie du secteur repose sur la consommation courante dans les supermarchés, les restaurants de quartier, les pizzerias et les repas familiaux. Lorsque les budgets des ménages se resserrent, ces bouteilles se heurtent à davantage de résistance.

Le président de l’UIV, Lamberto Frescobaldi, a appelé le gouvernement à apporter son soutien dans le cadre de la loi de finances, notamment en aidant à couvrir les coûts de l’énergie et en prévoyant des financements exceptionnels pour la promotion sur les marchés étrangers, selon l’article de Foodmakers.it. Ces mesures viseraient à aider les producteurs confrontés à une concurrence accrue à l’étranger et au risque de droits de douane sur des marchés d’exportation clés.

Les données du marché laissent toutefois penser qu’un soutien aux exportations ne résoudra peut-être pas le problème central que constitue la situation intérieure. Si les consommateurs italiens considèrent de plus en plus le vin comme un achat facultatif plutôt que comme un produit de consommation courante, les producteurs pourraient perdre une partie de leur marché de base, difficile à reconquérir. Cette inquiétude est renforcée par l’évolution à long terme des habitudes de consommation des jeunes Italiens, qui boivent déjà différemment des générations plus âgées.

La pression devrait varier selon les acteurs du secteur. Les grandes entreprises et les coopératives d’envergure pourraient être mieux à même de défendre leurs parts de marché en acceptant des marges plus faibles pendant un certain temps et en maîtrisant plus efficacement leurs coûts énergétiques. Les petits domaines, qui disposent de capitaux limités et de réseaux de vente directe moins développés, auront peut-être moins de latitude pour absorber le choc.

Les tensions pourraient être particulièrement fortes dans le sud de l’Italie, notamment en Campanie, où de nombreux petits et moyens domaines ont consacré des années à améliorer la qualité et à abandonner la production de vins en vrac. Ces investissements ont contribué à affirmer les identités régionales et à mieux positionner les vins sur le

marché. Mais ils ont aussi exposé certains producteurs au risque que les consommateurs n’acceptent plus de payer plus cher les bouteilles locales dans les restaurants et les commerces.

Les prix pratiqués dans les restaurants font partie du débat. Les observateurs du secteur s’interrogent de plus en plus sur la question de savoir si les marges appliquées au vin ne dissuadent pas les clients de commander une bouteille pendant leur repas. Si les consommateurs jugent qu’une bouteille à la carte est trop chère, ils peuvent se tourner vers la bière, l’eau ou le vin au verre. Les volumes des domaines, qui peinent déjà à relever leurs prix au détail, s’en trouveraient encore affaiblis.

Selon l’analyse de Foodmakers.it, les signes de résilience les plus nets de ces derniers mois proviennent de vins positionnés à des prix abordables plutôt que sur le segment supérieur. Cela laisse penser qu’une partie du marché pourrait revenir à ce que les producteurs qualifient parfois de vin de qualité du quotidien : des bouteilles qui conservent une identité régionale et répondent à des exigences techniques, tout en restant accessibles aux jeunes acheteurs et aux ménages aux revenus moyens.

Pour 2027, la question sera de savoir si les domaines italiens parviendront à s’adapter assez vite. Si les prix intérieurs restent sous pression et que le secteur mise trop fortement sur les exportations, les producteurs pourraient être davantage exposés aux chocs extérieurs, comme un recul de la demande en Allemagne ou un durcissement des mesures commerciales américaines visant les vins européens. Dans le même temps, si les domaines et les restaurants ajustent leurs prix au niveau que les consommateurs sont prêts à payer, certaines entreprises pourraient préserver leurs volumes malgré des marges plus faibles.

Pour l’heure, les chiffres cités par l’UIV et d’autres organismes d’études sont sans équivoque : les coûts augmentent plus vite que les prix à la consommation, et de nombreux Italiens réduisent leurs achats de vin dans leur budget domestique. Le secteur est ainsi contraint de se demander si la montée en gamme peut rester la principale réponse pour une filière qui dépend encore largement des consommateurs de tous les jours.