vinetur

La part des vins allemands dans les achats des ménages atteint 43,5 % au troisième trimestre

Les dépenses en vins nationaux sont restées stables après une hausse des prix de 1,8 %, tandis que les volumes de vins importés ont chuté de 9,7 %

jeudi 12 novembre 2026



Au troisième trimestre, les vins allemands ont mieux résisté que les vins importés dans les achats des ménages, alors même que le marché viticole du pays continuait de se contracter dans son ensemble.

Dans un rapport publié le mercredi 11 novembre, l’Institut allemand du vin a indiqué que les dépenses consacrées aux vins allemands sur le marché intérieur étaient globalement stables par rapport à l’année précédente, tandis que les vins importés enregistraient de fortes baisses, en volume comme en valeur. L’institut s’est appuyé sur une étude qu’il a commandée à NielsenIQ ainsi que sur un bulletin statistique associé portant sur les achats des ménages allemands.

Au troisième trimestre, les achats totaux de vin des ménages allemands ont reculé de 6,3 % en volume par rapport à la même période en 2025. Les dépenses des consommateurs en vin ont diminué de 4,8 % sur la même période. Dans ce marché en repli, les volumes de vins allemands vendus ont baissé de 1,7 %, mais les dépenses qui leur étaient consacrées ont légèrement progressé, de 0,1 %. Les vins importés ont affiché des résultats nettement moins bons, avec une baisse de 9,7 % des volumes achetés et de 9,0 % des dépenses.

Ces chiffres montrent que les producteurs nationaux gagnent des parts de marché dans un contexte de contraction, et non que le marché renoue avec la croissance. La part des vins allemands dans les achats des ménages en volume est passée de 41,3 % un an plus tôt à 43,5 %, soit une hausse de 2,2 points de pourcentage.

Les données du troisième trimestre font également état d’un recul moins marqué qu’au trimestre précédent. Selon l’institut, la baisse annuelle du volume total de vin est passée de 7,7 % au deuxième trimestre à 6,3 % au troisième. Le marché restait donc en contraction, mais à un rythme moins soutenu qu’auparavant.

L’Institut allemand du vin a indiqué que la relative stabilité du chiffre d’affaires des vins nationaux était liée à une hausse de 1,8 % de leur prix moyen. Cette progression a contribué à compenser la baisse des volumes vendus. L’institut a fait état de hausses dans le segment de prix inférieur, de 1,49 euro à 1,99 euro par bouteille de 0,75 litre, ainsi que dans celui des vins à plus de 5 euros par 0,75 litre.

Les informations publiées le 11 novembre ne fournissaient pas de données absolues sur la taille du marché en litres ou en euros et ne présentaient pas de total depuis le début de l’année directement comparable. L’institut a présenté l’évolution du troisième trimestre comme un signe de la plus grande résilience des vins allemands par rapport

aux vins étrangers dans un contexte de distribution difficile, sans toutefois parler d'un redressement durable.

La répartition des achats selon les circuits de vente a également révélé les lieux d'achat des consommateurs. L'institut a indiqué que les magasins discount et les petits commerces alimentaires figuraient parmi les circuits ayant enregistré les meilleures performances pour les achats de vin durant la période. Cela suggère que les tensions sur le marché continuent de favoriser les circuits où les consommateurs sont généralement plus sensibles aux prix.

Les préférences concernant les vins allemands ont également évolué. Selon l'institut, les vins blancs nationaux ont continué de gagner du terrain, leur part de marché passant de 51 % à 54 % par rapport à la même période un an plus tôt. Cette tendance témoigne, selon lui, de la poursuite du déplacement des préférences des consommateurs vers les vins blancs et rosés au troisième trimestre.

Les données mettent en évidence les difficultés rencontrées par les fournisseurs étrangers sur le marché allemand de la vente au détail de vin. En un an, les vins importés ont perdu près d'un dixième de leur volume de ventes auprès des ménages, soit bien davantage que les vins allemands et que l'ensemble du marché. L'écart était presque aussi marqué en valeur, avec un recul de 9,0 % pour les vins importés, contre une hausse de 0,1 % pour les vins nationaux.

Ces résultats comportent toutefois d'importantes limites. Les chiffres de NielsenIQ reposent sur un panel de ménages et excluent donc la consommation dans les restaurants, les bars et les autres lieux de consommation hors domicile. Les données de dépenses sont également nominales : elles reflètent non seulement les variations de prix, mais aussi l'évolution des achats des consommateurs. La hausse du prix moyen des vins allemands, par exemple, ne signifie pas nécessairement que les producteurs ont appliqué une augmentation uniforme à tous leurs produits.

L'Institut allemand du vin a indiqué qu'il faudrait attendre les résultats de plusieurs trimestres pour déterminer si les derniers chiffres marquent une évolution durable ou seulement une embellie passagère dans un marché difficile. Pour l'heure, les résultats du troisième trimestre montrent un recul moins marqué pour les vins allemands, des

recettes stables pour les producteurs nationaux et une baisse beaucoup plus forte pour les bouteilles importées dans les rayons allemands.