vinetur

L’Inde pourrait ramener les droits de douane sur le vin à 30 % dans le cadre d’un accord commercial avec l’UE prévu en 2027

Après ProWine Mumbai, les exportateurs entrevoient des perspectives prometteuses, mais les fortes marges et les règles locales pourraient maintenir les prix élevés.

dimanche 22 novembre 2026



Le marché indien des vins importés montre de nouveaux signes de dynamisme après la sixième édition de ProWine Mumbai, mais les perspectives restent suspendues à une question sans réponse : une baisse des droits de douane suffira-t-elle réellement à faire baisser les prix et à élargir la demande au-delà d'un cercle restreint de consommateurs aisés ?

Selon une analyse publiée le dimanche 22 novembre par la revue professionnelle Wine Meridian, le salon, devenu un rendez-vous incontournable des fournisseurs, importateurs et distributeurs de vins et spiritueux en Inde, a accueilli cette année un nombre record de 16 entreprises italiennes. Le rapport décrit un marché encore difficile à cerner, mais qui évolue dans un sens plus encourageant pour les exportateurs qui considèrent l'Inde comme un marché de croissance à long terme.

L'enjeu dépasse largement l'Italie. Pour les producteurs de vin et d'autres boissons alcoolisées, l'Inde apparaît de plus en plus comme un moyen potentiel de diversifier leurs exportations et de moins dépendre de marchés matures à la croissance plus lente. Le pays reste toutefois un test : dans quelle mesure une baisse des droits de douane peut-elle aider si les coûts de distribution, les marges des restaurants et la réglementation locale maintiennent les prix en magasin et sur les cartes des vins à un niveau élevé ?

La principale source d'optimisme est la baisse attendue des droits de douane indiens sur le vin. Wine Meridian indique que les professionnels présents à ProWine Mumbai suivent de près la mise en œuvre d'un accord commercial entre l'Inde et l'Union européenne, qui devrait entrer en vigueur en 2027. Selon le calendrier envisagé, les droits de douane moyens sur le vin pourraient passer d'environ 150 % à environ 30 % dans un premier temps, puis éventuellement à 15 % en l'espace de trois ans environ.

Sur le papier, cela représenterait un changement majeur pour un marché réputé depuis longtemps davantage pour son potentiel que pour la croissance réelle de ses importations. Les négociants et les producteurs restent toutefois prudents. Le système fédéral indien confère un pouvoir considérable à chaque État, et les règles, les taxes et les circuits de distribution relatifs à l'alcool varient fortement d'une région à l'autre. Ainsi, même les grandes réformes décidées à l'échelle nationale ne se traduisent pas

toujours rapidement ni uniformément par une baisse des prix payés par les consommateurs.

Wine Meridian rapporte que certains exportateurs étudient déjà l'expérience de pays ayant bénéficié de réductions tarifaires sur le marché indien au cours des deux dernières années. L'Australie et la Nouvelle-Zélande sont citées comme exemples précurseurs. Dans le cas de la Nouvelle-Zélande, les exportations de vin vers l'Inde ont progressé de près de 50 % en 2025 par rapport à un niveau de départ faible, selon la publication. Les volumes restent modestes en valeur absolue, mais ils laissent penser que la demande peut réagir à une amélioration de l'accès au marché.

La publication estime que l'optimisme ne repose pas uniquement sur les droits de douane. Elle relève trois tendances plus générales qui contribuent au développement du marché. La première est l'attrait du vin auprès des consommateurs indiens à hauts revenus, pour qui le vin importé reste un signe de statut social. La deuxième est l'essor de la restauration haut de gamme au-delà du cercle traditionnel des hôtels de luxe, notamment dans des villes comme Mumbai et New Delhi. La troisième est le renouvellement générationnel parmi les importateurs : de jeunes dirigeants apportent davantage d'énergie, de nouvelles idées et un intérêt plus marqué pour le développement de la culture du vin.

Cette évolution se constate également dans l'écosystème professionnel du vin en Inde. Le pays compte un nombre croissant de sommeliers et de diplômés du Wine & Spirit Education Trust, selon le rapport, ainsi qu'une Master of Wine, Sonal C. Holland, dont l'académie et la notoriété publique contribuent à sensibiliser les consommateurs. Ces signes ne témoignent pas de l'existence d'un marché de masse, mais ils indiquent que le vin bénéficie d'un soutien plus solide que par le passé.

Les restaurants constituent un autre élément important. Wine Meridian indique que la progression de la restauration de qualité en dehors des grandes chaînes hôtelières élargit peu à peu le nombre d'établissements souhaitant proposer du vin. L'allongement des cartes des vins à Mumbai et New Delhi en est un signe. Pour les importateurs et les producteurs, le circuit de la restauration est essentiel, car il permet de faire découvrir des marques internationales aux consommateurs, dans un pays où

l’accès au commerce de détail peut être limité et inégal.

C’est pourtant aussi là que se révèle l’un des principaux obstacles du marché. Plusieurs professionnels ont déclaré à Wine Meridian que l’effet des futures baisses tarifaires pourrait être fortement réduit si les importateurs et les restaurants maintenaient des marges très élevées. D’autres estiment que les prix baisseraient suffisamment pour faire une différence perceptible, même si cette baisse n’était pas directement proportionnelle à celle des droits de douane.

Cette inquiétude n’est pas théorique. Wine Meridian indique avoir vu à Mumbai des cartes proposant des vins importés d’entrée de gamme, dont le prix de départ en Europe était largement inférieur à 10 euros la bouteille, à environ 120 euros. La publication rapporte également une anecdote de Frank Schindler, directeur général de ProWein, qui a raconté avoir dîné dans un restaurant réputé de Mumbai avant l’ouverture du salon et avoir constaté que le vin le moins cher de la carte, un Prosecco, était proposé à environ 130 euros. Il a déclaré avoir payé environ 70 euros pour une bouteille dont le prix lui semblait raisonnable. Ces exemples sont anecdotiques, mais ils illustrent à quelle vitesse une bouteille peut devenir inaccessible, même pour les clients les plus aisés.

Cet écart de prix est au cœur du débat sur l’avenir de l’Inde en tant que marché du vin. Si les intermédiaires captent l’essentiel des baisses de droits de douane, le vin importé pourrait rester un produit de niche associé à une consommation statutaire. Si une part significative des économies réalisées est répercutée sur les consommateurs, les fournisseurs pourraient commencer à développer une demande récurrente à plus grande échelle. Cette différence compte pour les exportateurs qui doivent décider des capitaux, des dépenses de marketing et du temps à consacrer à l’Inde. Elle concerne aussi l’ensemble du secteur des boissons, car le potentiel de croissance à long terme du pays est l’un des rares à pouvoir influer sur les stratégies mondiales.

La filière viticole indienne a également des intérêts en jeu. La baisse des prix des bouteilles importées pourrait intensifier la concurrence, mais aussi contribuer à banaliser la consommation de vin sur un marché où les habitudes de consommation restent dominées par d’autres catégories. Selon les professionnels du secteur, le

développement d’une culture du vin ne profiterait pas seulement aux producteurs étrangers.

Wine Meridian estime également que le soutien institutionnel reste un point faible pour l’Italie en Inde. La publication oppose la présence limitée de l’Italie sur le marché tout au long de l’année aux efforts plus soutenus de pays comme l’Australie et la Nouvelle-Zélande. Elle cite aussi la Suisse, qui disposait selon elle de l’un des espaces d’exposition les plus grands et les plus fréquentés du salon cette année. Sur un marché aussi fragmenté et fortement réglementé que l’Inde, une simple présence sur un salon professionnel ne suffit souvent pas aux exportateurs. Ils ont besoin d’actions promotionnelles continues, d’un soutien à la formation du marché et d’efforts coordonnés pour s’orienter dans la complexité de la distribution et des réglementations propres à chaque État.

Pour l’instant, l’Inde reste dans une position familière, mais en pleine évolution, pour le secteur du vin : le marché demeure difficile et coûteux, mais il n’est plus facile de le balayer d’un revers de main comme un marché qui ne dépasse jamais le stade des promesses.