vinetur

# Les ventes de vin en Allemagne chutent de 7 %, les consommateurs achetant moins souvent et en plus petites quantités

L'Institut allemand du vin constate une stabilité de la participation des ménages, mais met en garde contre les difficultés persistantes du marché, en dépit de la légère progression des producteurs nationaux.

vendredi 27 février 2026



La consommation de vin en Allemagne a continué à baisser en 2025, selon de nouvelles données publiées par l'Institut allemand du vin (DWI). L'institut a indiqué que le volume de vin acheté et le revenu généré par les ventes de vin ont chuté d'environ 7 % par rapport à l'année précédente. Cette baisse concerne aussi bien les vins allemands que ceux importés d'autres pays.

Le DWI attribue cette tendance principalement à des changements dans le comportement d'achat des consommateurs. Les ménages achètent du vin moins souvent et en plus petites quantités. Cependant, le nombre de ménages achetant du vin est resté relativement stable en 2025 après avoir connu des baisses les années précédentes. Melanie Broyé-Engelkes, directrice générale du DWI, a noté que cette stabilité est un signe positif, en particulier pour les acheteurs de vins allemands.

Malgré la baisse générale des ventes, les producteurs de vin allemands ont réussi à augmenter légèrement leur part du marché intérieur. La part de marché des vins allemands a augmenté de 0,2 % par rapport à l'année précédente, pour atteindre environ 42,6 %. Dans le même temps, les vins d'Italie, d'Espagne et de France - les trois principales sources étrangères - ont vu leurs parts de marché diminuer

légèrement. Les vins italiens détenaient 17 % du marché, les vins espagnols 13 % et les vins français 9 %.

Le DWI a qualifié la situation du marché allemand du vin de tendue. L'institut prévoit de lancer cette année une nouvelle campagne de communication visant à accroître l'intérêt des consommateurs pour les vins allemands et à augmenter leur part de marché. Cette campagne visera à encourager les consommateurs allemands à acheter plus souvent et à s'intéresser davantage aux produits nationaux.