



## ATLAS VIN AU MEXIQUE



## Introduction

Le Mexique est un pays à la fois producteur et consommateur de vin. La production annuelle de vin au Mexique a été particulièrement volatile sur les 20 dernières années. De très nombreuses entreprises vitivinicoles installées dans 11 états de la république mexicaine ont produit en 2020 près de 128 millions de litres d'une très bonne qualité et d'une grande diversité (Organisation internationale de la vigne et du vin - OIV, 2021). Plus de 92,1% de cette production est consommée dans le pays, et les exportations n'auront représenté en 2020 qu'une valeur de 3,45 millions d'USD (Comtrade, 2021).

Avec une population de 131,14 millions d'habitants en 2021 et un nombre de touristes supérieur à 44,7 millions en 2019, le pays dispose d'un grand potentiel de futurs consommateurs de vins. Cependant, étant donné la faiblesse de la consommation estimée en 2020 à 1 litre par habitant, soit 128,9 millions de litres, le Mexique apparaît comme un marché de taille encore modeste (0,54% de la consommation mondiale en 2020). Par ailleurs, le vin constitue une part minime du marché des boissons alcoolisées (moins de 2%).

Il est estimé que la consommation annuelle de vin atteindra 145 millions de litres en 2022 (soit l'équivalent du Brésil) sur une base de consommateurs de plus de 18 ans passant de 85 millions en 2016 à 90 millions en 2020 (Euromonitor International, 2020).

Le Mexique aura importé en 2020 plus de 82 millions de litres, en hausse de 3,7% sur 2018 (ICEX, 2020), pour plus de 199,42 millions USD (Comtrade, 2021), soit une baisse de 9,1% en valeur par rapport à 2018.

Selon les dernières données disponibles de Comtrade la France était le troisième fournisseur du Mexique en valeur avec 17,6% des parts de marché mais ne figurait pas dans les cinq premier en volume. Le Mexique a importé pour une valeur de plus de 47,81 millions USD de vins français (Comtrade, 2020). Selon les dernières données en date des douanes françaises, entre 2017 et 2019 les exportations françaises de vin rouge et de vin blanc ont diminué de 8,8% en volume et de 9% en valeur (Douanes Françaises, 2020).

Il est important de noter que la pandémie de COVID-19 et le ralentissement économique qu'elle provoque depuis le début de l'année 2020 impactent durablement la production ainsi que les flux d'importations et d'exportations du vin au niveau mondial. Cette crise continue de modifier également l'équilibre des circuits de distribution du vin et en particulier le poids du secteur CHR : bien que la consommation de vin sur ce circuit ait été reportée en partie sur le circuit des ventes à emporter (Grande Distribution, cavistes, vente en ligne), des changements sont attendus au-delà de la période de crise dans tous les pays consommateurs de vin. Enfin les modes et les tendances de consommation en seront probablement impactées sur le long terme. Il conviendra donc de rester informé de ce nouveau contexte afin d'adapter sa stratégie d'approche sur ce pays.

## Caractéristiques du marché local

Consommation	Consommation par couleur	Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
1.289 mhl 1,0 l/hab 0,5%*	68,2% 29,3% 2,5%	★★★ ★★★ ★★★	36,1% 63,9% -	0 25% jusqu'à 13,5% vol.	1.280 mhl 0,5%* 99,3%**	- 71,0%**	34,5 mhl

[Voir le tableau comparatif mondial](#)

mhl : milliers d'hectolitres l/hab : litres par habitants

🍷 : vin rouge 🍷 : vin blanc 🍷 : rosé

★★★ : spécialiste ★★★ : consommateur aguerri ★★★ : nouveau consommateur

🏪 : grandes surfaces 🏨 : hôtels/restaurants 🚚 : autres circuits Mp : monopole de distribution

₩ : droits de douanes € : droits d'accises (vin tranquille)

\* : part mondiale \*\* : en % de la consommation \*\*\* : en % des importations

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.

Dernières mises à jour en Septembre 2021



## Consommation

### CONSOMMATION

En 2020, le pays a consommé 128,9 millions de litres de vin soit 1 litre par habitant, en hausse de 9,9% en volume sur l'année précédente. La prédominance de la bière est très marquée dans la consommation des boissons alcoolisées, avec 70,5 litres par personnes et par an en 2019 soit le 4ème marché mondial en volume (Kirin Holdings, 2021). La consommation de spiritueux est également forte avec, en premier lieu, la tequila (40% du marché des alcools en 2020), mais également le gin et le brandy dont la consommation est plus importante parmi les classes sociales modestes. Le vin ne représente toujours qu'environ 2% de la consommation totale de boissons alcoolisées.

Le marché mexicain se base en 2021 sur un potentiel de consommateurs de plus de 70 millions. Le pays aurait actuellement 2 millions de consommateurs réguliers dont plus de 80% consommeraient du vin une fois par semaine. 15% d'entre eux consommeraient tous les jours. Le consommateur régulier de vins boit environ 9 bouteilles par an. Le Conseil Mexicain Vitivinicole (CMV) estime que la consommation de vin mexicain devrait poursuivre sa croissance dans les prochaines années.

Si le Mexique est donc un marché de taille modeste, ne représentant que 0,54% de la consommation mondiale de vin telle que calculée en 2021 par l'Organisation internationale de la vigne et du vin, il détient néanmoins un grand potentiel de développement.

Evolution de la consommation	2018	2019	2020
Consommation totale de vin (milliers d'hectolitres)	1.200,0	1.173,0	1.289,0
Consommation de vin par habitant (en litres)	0,9	0,9	1,0
Part de la consommation de vin dans la consommation mondiale (en %)	0,5	0,5	0,5

Source : Business France 2021, OIV Statistical Report 2021 ; OIV Statistical Report 2021, Worldometers 2021

### HABITUDES ET SPÉCIFICITÉS DE CONSOMMATION

#### Le profil du consommateur

A l'origine, consommer du vin ne fait pas partie des habitudes ni de la culture mexicaine, mais cette pratique progresse. Le marché mexicain enregistre une augmentation significative de la gamme et de la disponibilité des vins à travers différents canaux de distribution, ce qui incite les consommateurs à s'intéresser au produit. Lentement mais sûrement, l'intérêt pour le vin augmente chez les consommateurs mexicains (Forbes, 2020).

On distingue trois types de consommateurs au Mexique :

- Les personnes de plus de 50 ans, fidèles à leur marque de vin préférée (souvent espagnole) ;
- Les jeunes cadres de 25 à 35 ans, ayant un pouvoir d'achat assez élevé et souhaitant essayer de nouveaux produits ;
- Les clients de la classe moyenne avec un revenu intermédiaire pour qui le facteur prix est le plus important.

Alors que les principaux consommateurs sont des hommes d'âge moyen et à revenus élevés, le vin est devenu de plus en plus populaire chez les hommes et les femmes âgés de 25 à 35 ans. Ces jeunes consommateurs sont désireux d'essayer de nouveaux produits et de trouver une boisson polyvalente qui puisse s'adapter à différents budgets en fonction de l'occasion (Business France, 2021).

L'âge moyen du consommateur de vin mexicain est de 40 ans. Par ailleurs, les femmes consomment de plus en plus de vin (environ 40% d'entre elles étaient consommatrices en 2018). Le connaisseur « type » est plutôt un homme de plus de 40 ans au pouvoir d'achat élevé, qui est ouvert sur le monde, voyage et a finalement des goûts plutôt conservateurs. C'est un bon amateur de vin. Le nouveau consommateur de vin mexicain est un homme ou femme plutôt jeune, entre 25 et 35 ans. Membre des classes moyennes, stable économiquement et assez curieux voire audacieux dans ses choix. Il opte pour des vins simples au bon rapport qualité/prix.

On considère le segment des jeunes consommateurs de 25 à 35 ans comme le plus porteur. Un des facteurs expliquant l'augmentation dans cette catégorie de consommateur est sans aucun doute l'introduction dans les restaurants de cartes de vin à des prix modérés, encourageant la consommation.

La partie de la population consommant du vin au Mexique est encore réduite. En effet, on estimait en 2020 que seulement 5 millions de Mexicains consommaient du vin, dont 80% au moins une fois par semaine. 15% d'entre eux buvaient du vin quotidiennement. Les consommateurs sont généralement issus des classes moyennes et supérieures, ont voyagé, travaillé ou étudié à l'étranger, et ainsi pu apprécier la culture du vin.

Il est important de préciser que la consommation de vin au Mexique dépend également du tourisme (plus de 45 millions de visiteurs en 2019, en augmentation de 8,9% sur 2018). Ces derniers sont de grands consommateurs de vins et d'alcools en général. Aux frontières mexicaines, par exemple, les séjours éclairés d'une nuit de jeunes américains (18-20 ans) sont très fréquents. En 2020, la crise liée à la Covid 19 aura considérablement ralenti le tourisme.

La consommation de vin demeure donc encore réservée aux classes les plus riches de la population car les prix sont assez élevés et la culture du vin n'est pas ancrée dans les traditions mexicaines. Toutefois, les tendances commencent à s'inverser grâce aux importateurs qui tentent de promouvoir de plus en plus les vins, notamment via l'organisation de dégustations dans leurs propres locaux, ou encore en formant les serveurs dans les restaurants.

Les consommateurs se trouvent essentiellement en zone urbaine et/ou touristique, c'est à dire dans les grandes villes (Mexico, Monterrey, Guadalajara...) ou dans les stations balnéaires (Cancun, Acapulco...).

Quelques liens utiles :- Clubs œnologiques : [Vino y Club](#) ; [Vinoteca](#) - Cours d'œnologie : [Superior de gastronomia](#).

#### Le moment et le lieu de consommation

Jusqu'en 2019, au Mexique, le vin était traditionnellement consommé presque exclusivement dans les restaurants. Mais, signe d'une démocratisation du vin, les Mexicains le consomment de plus en plus chez eux depuis quelques années. Le commerce de détail est resté le canal le plus important pour le vin en 2019, représentant 64 % des ventes en volume, contre

36% pour les ventes au détail. En revanche, la situation est inversée en termes de volume, puisque le CHR représente autour de 34% du marché de la distribution contre 66% pour la vente de détail en volume : bien que le secteur HoReCa ait également enregistré une croissance soutenue, la plupart des consommateurs préfèrent acheter dans le commerce de détail, ce qui leur permet de comparer les prix et d'être plus aventureux dans l'essai de nouveaux produits (Business France, 2020).

L'intérêt pour le vin est grandissant mais sa consommation reste, pour le moment, limitée à des occasions spéciales et non à une consommation quotidienne au cours des repas. Toutefois, la consommation de vin rouge avec des plats en particulier à base de viande, est de plus en plus fréquente.

La fin d'année correspond à la période de consommation la plus importante. Les Mexicains boivent moins de vin en mars, avril et mai.

La pandémie de COVID 19 et les mesures qui ont été prises par les États pour y faire face et limiter les déplacements ont eu un impact sur les modes et les lieux de consommation d'alcool, passant des bars et restaurants au domicile (OCDE, 2021). L'acte d'achat lui-même ainsi que les volumes consommés ont également évolué. L'augmentation des actes de consommation à domicile impliquant un recul de ceux hors domiciles est global. Il est une caractéristique de ce pays.

Les préférences du consommateur

La bière est la boisson alcoolisée préférée des Mexicains; elle représente 94% du volume des ventes de boissons alcoolisées et 68% de leur valeur (Business France, 2021). Le climat du Mexique, chaud pendant la majorité de l'année, implique que de nombreux consommateurs préfèrent les boissons froides pour se rafraîchir, comme la bière ou les boissons gazeuses.

Néanmoins le vin, et en particulier le vin rouge, est de plus en plus consommé. Le vin rouge a en effet la faveur du consommateur puisqu'en 2020 plus de 85% de consommateurs mexicains (dont un tiers était des femmes) déclaraient préférer ce type de vin. La cuisine mexicaine traditionnelle favorise, comme au Chili ou en Argentine, la viande rouge et c'est ce type de vin qui l'accompagne le mieux. Le consommateur apprécie les vins en provenance de l'étranger et près de 70% des vins consommés ont été importés en 2020.

Le vin le plus consommé au Mexique reste le vin rouge avec plus de 68,2% des vins tranquilles consommés en 2020. Il est suivi du vin blanc avec 14,4% des ventes. Les vin rosés ne représentent que 2,5% de la consommation totale du pays, le vin mousseux 13,7% et le champagne 1% (Business France, 2021).

Les vins dont le prix est assez élevé (notamment les vins importés) sont consommés uniquement par les classes mexicaines les plus aisées. On considère que 40% de la population consomme des produits importés et seule 10% consomme des produits haut de gamme, notamment du Champagne, qui a récemment connu une croissance importante. Il faut noter que moins de 30% seulement des vins consommés au Mexique en 2020 ont été issus de productions locales (Wine Australia, 2019).

La culture du vin a beaucoup évolué ces dernières années au Mexique Longtemps perçu comme un produit luxueux et élitiste, réservé à un public aisés, d'âge moyen et masculin, le vin tend à se démocratiser, notamment avec l'arrivée des vins du Nouveau Monde, plus abordables. L'élargissement et la diversification de l'offre ont permis de toucher un public plus large. Le vin séduit aujourd'hui de plus en plus les jeunes et les femmes. Ces nouveaux clients privilégié le rapport qualité/prix et optent pour des vins plus économiques en accord avec leurs moyens (Business France, 2021).

Les critères de sélection du consommateur

Le principal critère de sélection pour un Mexicain est essentiellement le prix du vin. Cela dit, la provenance des bouteilles est de plus en plus étudiée à mesure que les connaissances du consommateur mexicain en matière de vin se développent. Le vin rouge aura majoritairement la préférence du consommateur, quel que soit son niveau de connaissance du vin.

Voyageur, connaisseur, plutôt conservateur dans ses goûts et ses choix, le consommateur connaisseur opte souvent pour des vins de renommée, moyen et haut de gamme, en provenance de l'étranger. Le consommateur plus novice est d'un naturel curieux vis à vis du vin, simple dans ses choix mais parfois audacieux, il recherche certains vins étrangers et met le rapport qualité/prix en tête de ses préoccupations. Le prix d'une bouteille de vin milieu de gamme dans ce pays est entre 4,23 et 12,64 EUR avec un prix moyen s'établissant en 2021 à 7,71 EUR. La majorité des achats s'effectuent dans une tranche de prix de 100 à 250 pesos (4,25 et 10,62 EUR) mais les vins français sont proposés dans une fourchette de prix bien supérieure.

Le vin français bénéficie d'une image de grande qualité mais cette qualité s'accompagne d'un prix souvent élevé, hors de portée de la majorité des Mexicains. Une concurrence sur les prix serait malvenue car de manière globale, les Mexicains considèrent qu'une bouteille française de moins de 150 pesos (soit 6,40 EUR) doit être de qualité médiocre alors qu'une bouteille chilienne au même prix est considérée comme de qualité constante.



## Production

### CARACTÉRISTIQUES DU VIGNOBLE

La zone viticole du Mexique est relativement restreinte et la production reste encore limitée. Le vignoble mexicain s'étendait, en 2020, sur une superficie de plus de 40 000 hectares soit 0,54% du vignoble mondial sur la base des calculs de l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV, 2021). Le pays compte environ une centaine de domaines de production. La production s'effectue sur [14 régions](#), mais se concentre dans [cinq régions principales](#), dont 4 regroupent 72% de la production nationale (Milieno & El Financiero, 2020) :

- La [Basse Californie](#) (plus de 57% de la production nationale et environ 80% des vins premium) ;
- Le Queretaro (environ 4% de la production) ;
- Le Coahuila (8,5%) ;
- Guanajuato (2,3%).

Les principales variétés de raisins cultivées pour le vin rouge sont le Barbera, le Cabernet Sauvignon, le Carinena et le Merlot. Concernant le vin blanc, la production de Chardonnay, Chenin Blanc, Sauvignon Blanc et Semilion domine. En 2020, on comptait plus de 2 900 exploitants viticulteurs.

Evolution des superficies du vignoble	2018	2019	2020
Superficie (1000 ha)	37,0	50,0	40,0
Part de la superficie du vignoble national dans la superficie du vignoble mondial (%)	0,5	0,7	0,5

Source : Eurostat, OIV Statistical Report 2021 ; OIV Statistical Report 2021

### PRODUCTION

La production mexicaine de vin est relativement restreinte mais en expansion. Portée par une demande intérieure forte (croissance de 12 % par an de la consommation depuis 10 ans) la production de vin connaît un développement remarquable. Le pays fait partie de l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV) depuis 2016. Bien qu'une partie de cette production soit reconnue de qualité, on y trouve encore des produits bas de gamme. La production annuelle de vin au Mexique a été très volatile sur les 20 dernières années (avec une baisse de 26% sur douze ans), pour s'établir en 2016 à 120 millions de litres puis de 122 millions de litres en 2017 (Trade Data Analysis & Wine Institute, 2019).

De très nombreuses entreprises vitivinicoles installées dans 11 états de la république mexicaine auront produit en 2018 près de 124 millions de litres d'une très bonne qualité et d'une grande diversité. En 2019 la production se montera à 108 millions de litres avant de représenter 128 millions de litres en 2020 soit 0,49% de la production mondiale telle que calculée en 2021 par l'Organisation Internationale de la vigne et du vin (OIV). Il existe plus d'une cinquantaine de domaines produisant des volumes importants, sur plus de 230 au total en 2020, comprenant aussi bien des vins artisanaux que des productions industrialisées. Ils se trouvent majoritairement dans la Vallée de Guadalupe. Les régions viticoles sont les régions de Sonora, Parras, Coahuila, Querétaro, Baja California, Valle de Guadalupe et Valle de Santo Tomas. La région de Basse Californie produit plus de 90% du vin mexicain. Plus de 75% du vin produit est rouge (Forbes, 2020).

La production du pays représentait en 2020 plus de 99,3% de la consommation nationale.

Le gouvernement mexicain estime que la production de vin de Baja California pourrait doubler au cours de la prochaine décennie. Le développement et la modernisation du secteur sont portés collectivement par le Conseil Mexicain Vitivinicole et le gouvernement. Les vins produits localement génèrent les meilleures ventes. En termes de volume, le vin mexicain a joué entre 2000 et 2010 d'un taux annuel moyen de croissance de 29%. La part des vins mexicains dans la consommation totale du pays était en diminution, avec 29% de la valeur et 30% du volume commercialisé en 2018 (Consejo Mexicano Vitivinicola, 2019), contre 35% des volumes en 2014. En 2020 le leader du marché était [La Madrileña SA de CV](#) avec environ 19% des volumes produits, suivie par Casa Pedro Domecq Mexico SA de Cv ([Pernod Ricard Mexico](#)) avec 15%. Ces deux sociétés, au fort taux de notoriété produisent depuis des décennies (Euromonitor, 2020).

Les coûts de production au Mexique sont élevés, notamment à cause du manque d'eau. De nombreux viticulteurs ont ainsi dû installer des systèmes d'irrigation perfectionnés. Pour plus d'informations, vous pouvez consulter ce portail vers quelques producteurs : [Wine Searchers](#) et consulter ce [lien](#) ainsi que cet [article](#).

Evolution de la production de vin	2018	2019	2020
Production de vin (milliers d'hectolitres)	1.240,0	1.080,0	1.280,0
Part de la production nationale de vin dans la production mondiale de vin (en %)	0,4	0,4	0,5

Source : OIV Statistical Report 2021

### EXPORTATIONS

En 2020, le Mexique a exporté pour une valeur de 3,45 millions d'USD (Comtrade, 2021). Entre 2018 et 2020, les exportations de vins avaient diminué de 27,4% en valeur.

Entre 2018 et 2020, les exportations de vins tranquilles embouteillés ont diminué de 82,5% en valeur. En 2019 les exportations des vins effervescents avaient diminué de 40% en valeur et de 41,9% en volume sur 2018. Sur la même période, les exportations de vins en vrac avaient augmenté de plus de 300% en valeur.

La majorité des vins exportés en 2019 (69,7% du volume) étaient des vins embouteillés. Les vins effervescents représentaient 27,3% du volume des exportations et les vins en vrac comptaient pour 3%.

### Evolution des exportations de vin

	2018	2019	2020
<b>Total</b>			
• Valeur (millions USD)	4,75	4,90	3,45
• Volume (millions litres)			

	2018	2019	2020
<b>Vins tranquilles embouteillés</b> • Valeur (millions USD) • Volume (millions litres)	3,32 0,57	3,35 0,49	0,58
<b>Vins tranquilles en vrac</b> • Valeur (millions USD)	n/a	n/a	n/a
<b>Vins effervescents</b> • Valeur (millions USD)	0,05	0,10 0,02	n/a

Source : Comtrade

Le Mexique exporte principalement vers les Etats-Unis, le Japon, le Chili et la Belgique.

Selon les dernières données disponibles de COMTRADE, les Etats-Unis représentaient à eux seuls 43,4% des exportations mexicaines en volume en 2019 et plus de 66,5% en valeur en 2020. Le Japon, était le deuxième partenaire en volume (30,3%) et en valeur (23,7%).

Le pays a vendu des vins de moins bonne qualité à destination du Japon et du Canada se négociant moins cher sur le marché puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des exportations (23,7% et 4,1% respectivement) étaient inférieures à celles sur le volume (30,3% et 6,1% respectivement).

A l'inverse, le pays a vendu des vins de meilleure qualité à destination des Etats-Unis, se négociant plus cher sur le marché puisque la part de marché de ce pays sur la valeur des exportations (50,3%) dépassait celle sur le volume (43,4%).

#### Les principaux clients en valeur

	Valeur (millions USD)	Part des exportations (%)
Etats-Unis	3,28	95,07
Japon	0,11	3,19
Belgique	0,04	1,16
Guatemala	0,02	0,58
Allemagne	n/a	n/a
Autres	0,00	0,00
Total	3,45	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2020

#### Les principaux clients en volume

	Volume (millions litres)	Part des exportations (%)
Canada	0,02	0,00
Royaume Uni	n/a	0,00
Allemagne	n/a	0,00
Autres	0,00	0,00
Total	0,00	0,00

Source : Comtrade

Note : données 2020

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.

Dernières mises à jour en Septembre 2021



## Importation

### IMPORTATIONS

En 2020, le pays a importé pour une valeur de 199,42 millions USD (Comtrade, 2021), soit une diminution de 26,4% en valeur par rapport à 2018.

Entre 2018 et 2020, les importations de vins embouteillés ont diminué de 23,9% en valeur et les importations de vins effervescents ont diminué de 41,2 en valeur.

La majorité des vins importés en 2019 (69,9% du volume) étaient des vins embouteillés. Les vins en vrac représentaient 19,4% du volume des importations et les vins effervescents comptaient pour 10,7%.

### Evolution des importations de vin

	2018	2019	2020
<b>Total</b> • Valeur (millions USD)	271,13	271,22	199,42
<b>Vins tranquilles embouteillés</b> • Valeur (millions USD)	204,65	202,75	155,64
<b>Vins tranquilles en vrac</b> • Valeur (millions USD)	n/a	n/a	n/a
<b>Vins effervescents</b> • Valeur (millions USD) • Volume (millions litres)	53,74	52,35	31,61 5,62

Source : Comtrade

Selon les dernières données disponibles de COMTRADE, les principaux fournisseurs du pays étaient : l'Espagne, la France, le Chili et l'Italie. L'Espagne représentait à elle seule 29,1% de la valeur des importations de vin. La France était le deuxième fournisseur du pays en valeur (17,1% des parts de marché) devant le Chili, troisième avec 17%. L'Espagne était le second exportateur vers le Mexique en volume, avec 27% des parts de marché.

Le pays a acheté des vins de moins bonne qualité en provenance du Chili et de l'Italie, se négociant moins cher sur le marché puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des importations (17,1% et 17% respectivement) étaient inférieures à celles sur le volume (29,1% et 16,9% respectivement).

A l'inverse, le pays a acheté des vins de meilleure qualité en provenance de l'Espagne et de la France, se négociant plus cher sur le marché puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des importations (29,2% et 17,1% respectivement) dépassaient celles sur le volume (27% et moins de 5,3% respectivement).

### Les principaux fournisseurs en valeur

	Valeur (millions USD)	Part des importations (%)
Espagne	60,17	30,17
Italie	49,36	24,75
France	29,06	14,57
Chili	21,03	10,55
Etats-Unis	18,84	9,45
Autres	20,96	10,51
Total	199,42	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2020

### Les principaux fournisseurs en volume

	Volume (millions litres)	Part des importations (%)
Autriche	n/a	0,00
Autres	0,00	0,00
Total	0,00	0,00

Source : Comtrade

Note : données 2020

### IMPORTATIONS DE VIN FRANÇAIS

La France aura été en 2018 le troisième fournisseur de vin en valeur du Mexique et le second fournisseurs en volume. Ce pays a importé en 2018 pour une valeur totale de 47,81 millions USD de vin français (Comtrade, 2019).

Les importations de vin français auront été en 2019 de 407,5 milliers de litres pour le vin blanc et de 1.307,7 milliers de litres pour le vin rouge, soit un total de 1.715,2 milliers de litres sur ces deux catégories (Douanes Françaises, 2020). Entre 2017 et 2019, ces importations ont diminué de 8,8% en volume et de 9% en valeur (Douanes Françaises, 2020) ce qui montre que le pays a importé des vins de qualité sensiblement égale en provenance de la France, se vendant à des prix similaires sur le marché, la baisse des importations en volume étant sensiblement la même que celle en valeur.

#### Importations de vin français

	2017	2018	2019
<b>Total</b> • Valeur (milliers d'euros) • Volume (milliers de litres)	14.117,0 1.879,9	13.273,0 1.642,1	12.851,6 1.715,2
<b>Blanc</b> • Valeur (milliers d'euros) • Volume (milliers de litres)	2.874,0 477,7	3.198,0 457,3	2.761,5 407,5
<b>Rouge</b> • Valeur (milliers d'euros) • Volume (milliers de litres)	11.243,0 1.402,2	10.075,0 1.184,9	10.090,0 1.307,7

Source : Douanes françaises

Note : A partir de l'année 2019 les données communiquées par les Douanes françaises sur les importations de vin blanc et rouge français resteront incomplètes, suite à l'entrée en vigueur des nouvelles règles de confidentialité de la diffusion des statistiques NGP9. Depuis 2019 la diffusion des statistiques détaillées NGP9 est soumise à un contrôle strict de la confidentialité des données obligeant les Douanes de vérifier que pour chaque produit importé et/ou exporté, il n'y a pas un ou des opérateurs en situation dominante sur le flux considéré (soit moins de 3 opérateurs, soit un opérateur représentant plus de 85% du flux du produit).

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.

Dernières mises à jour en Septembre 2021



## Distribution

### PROCÉDURE D'IMPORTATION

Pour exporter son vin au Mexique, un producteur peut passer par :

- des importateurs qui sont essentiellement basés à Mexico et peuvent distribuer indifféremment aux autres acteurs. En 2016, les principaux importateurs restent [Bodegas la Negrita](#), [Cesarfer](#), [Club Del Gourmet](#), Comercial Hispana, Douro, [La Madrileña](#) et [Marinter](#) ;
- des grossistes qui sont composés essentiellement d'une quinzaine d'entreprises puissantes qui sont localisées principalement dans les trois plus grandes villes du pays (Mexico, Guadalajara et Monterrey) ainsi qu'à León, Tijuana et Mérida ;
- des magasins spécialisés qui sont en général affiliés à un importateur ou dans certains cas peuvent détenir eux-mêmes une société d'importation, comme c'est le cas pour [La Europea](#) qui disposent de points de vente répartis sur tout le territoire ;
- des grands magasins et grandes surfaces qui ont la capacité d'importer directement, leurs exigences sont élevées et souvent contraignantes pour les fournisseurs qui doivent, par exemple, se plier aux multiples promotions commerciales qu'elles pratiquent.
- le circuit CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants) qui s'approvisionne principalement auprès des importateurs pour les vins étrangers, voire auprès des magasins spécialisés pour leurs demandes spécifiques.

Par ailleurs, l'importateur de vin doit enregistrer une autorisation d'importation auprès du [Ministère de la Santé](#). Celle-ci est à effectuer soit par un agent, soit par le représentant au Mexique de l'exportateur. Cette autorisation est valable pour une durée de 5 ans.

On consultera une liste de certains des acteurs de l'importation dans ce pays sur ce [lien](#).

### LIEUX DE VENTE

#### Ventes au détail

Pour la vente de détail du vin au Mexique, on distingue :

- Les supermarchés et autres acteurs de la grande distribution, comme le leader [Walmart Super](#) ou encore [Soriana](#) qui importent parfois directement
- Les caves et magasins spécialisés ;
- Les clubs de vin : ils ont commencé à s'installer dans les grandes villes dans les années 90. Ils importent de petites quantités et s'adressent avant tout à un public de connaisseurs ;

La vente de détail aura représenté en 2020 près de 68% du marché de la distribution en volume au Mexique (Business France, 2021), avec en tête la grande distribution captant plus de 32% des ventes de vin, puis les magasins spécialisés avec 30%, et enfin les autres types de magasins de détail. En revanche, la vente au détail n'avait représenté que 36% de la valeur totale des vins commercialisés au Mexique contre plus de 64% pour les ventes en CHR en 2019 (Business France, 2020).

Enfin, il faut de noter que la crise sanitaire liée à la pandémie de la COVID-19 modifie profondément la distribution de vin dans ce pays. Même si à ce stade les informations et les données statistiques disponibles ne sont pas suffisantes pour fournir une prévision précise et anticiper le scénario futur, l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) spécifiait dès juillet 2020 que les retours d'informations fournis par ses pays membres reflétaient tous « un changement radical ou un transfert entre les canaux de distribution ». La crise fait ainsi fortement bouger les lignes entre les ventes de vin en commerce de détail, qui sont impactées à la baisse, les ventes en CHR - qui seront à nouveau marquées en 2021 par un puissant recul - et les ventes par correspondance caractérisées par une forte hausse des achats de vin sur Internet.

D'après l'OIV, la hausse des ventes de vin en supermarché au niveau mondial en 2020 a toutefois assez bien compensé la fermeture des acteurs du secteur CHR dans une grande majorité de pays (OIV, 2021). La Covid-19 a occasionné plusieurs types de transferts entre les canaux de distribution du vin : la consommation dans les bars et les restaurants - souvent fermés en fonction des différentes politiques de confinements des pays - s'est ainsi reportée sur les ventes dans la grande distribution ainsi que sur le commerce de vin sur Internet.

#### Ventes en café, hôtel, restaurant (CHR)

Les restaurants et les hôtels sont parmi les points de vente les plus importants dans la distribution du vin au Mexique. Ils jouent un rôle crucial dans la mesure où ils jouissent d'une grande influence : c'est par leur intermédiaire que le vin est réellement introduit dans les habitudes de consommation des mexicains. En 2019, le secteur CHR aura représenté plus de 64% de la valeur totale des vins commercialisés au Mexique contre 36% pour les ventes au détail. En revanche, la situation est inversée en termes de volume, puisque le CHR représente autour de 32% du marché de la distribution contre 68% pour la vente de détail en volume (Business France, 2020). Les secteurs de la restauration et de l'hôtellerie restent très fragmentés, avec un nombre relativement faible d'acteurs organisés. Les achats y sont aussi moins centralisés.

On notera l'existence de deux types de restaurants : les restaurants dits classiques, offrant en particulier des vins étrangers moyen et haut de gamme, et la restauration informelle (qui regroupent les marchands ambulants), ces derniers constituant un marché important pour le vin espagnol en particulier. La vente de boissons alcoolisées dans les convenience stores aura continué son augmentation en 2019 (Euromonitor International, 2020).

Depuis 2019, il faut de noter que la crise sanitaire liée à la pandémie de la COVID-19 modifie profondément la distribution de vin dans ce pays. Même si à ce stade les informations et les données statistiques disponibles ne sont pas suffisantes pour fournir une prévision précise et anticiper le scénario futur, l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) spécifiait dès juillet 2020 que les retours d'informations fournis par ses pays membres reflétaient tous « un changement radical ou un transfert entre les canaux de distribution ». La crise fait ainsi fortement bouger les lignes entre les ventes de vin en commerce de détail, qui sont impactées à la baisse, les ventes en CHR - qui seront à nouveau marquées en 2021 par un puissant recul - et les ventes par correspondance caractérisées par une forte hausse des achats de vin sur Internet.

Dans le secteur des cafés, de l'hôtellerie et de la restauration, les cartes des vins se sont raccourcies, les stocks ont eu tendance à diminuer et les commandes au verre à augmenter depuis le début de la crise liée à la pandémie de la Covid-19. La commercialisation du vin a globalement souffert de la fermeture plus ou moins prononcée du secteur CHR en fonction des politiques de confinement des différentes nations. En moyenne selon les pays, il est estimé qu'entre 20 et 35 % des restaurants risquent de ne pas survivre la crise et les ventes ne devraient revenir à des niveaux normaux, au niveau mondial, qu'en fin d'année 2021.

## Ventes à distance

Le commerce du vin à destination des particuliers par expédition ne fait pas l'objet de statistiques précises sur ce pays. Il ne représente pas encore un segment majeur dans ce pays. Toutefois la vente directe est un canal de distribution de plus en plus important en volume.

On estime à 2,05 milliards le nombre d'acheteur en ligne en 2020, soit près de 25% de la population mondiale. Ce chiffre devrait atteindre 2,14 milliards en 2021 (Statista, 2020), ce qui représente un réservoir énorme de clients potentiels pour l'industrie viticole à travers le monde.

Avec une valeur de commande moyenne élevée, une pénétration qui reste encore faible (environ 5% du total des ventes au niveau mondial), un nombre moyen de bouteilles élevé par commande et une barrière à l'entrée minimale (ventes 24h/24, etc.), les ventes en ligne représentent de loin la plus grande opportunité pour les établissements vinicoles vendant directement au consommateur (WineDirect, 2020).

Si les revenus des points de vente dominent dans les régions émergentes avec près de 60% des ventes (dans ces marchés moins matures les clubs de vin peuvent ne pas être aussi développés que dans d'autres régions et les établissements vinicoles n'ont pas encore mis l'accent sur la croissance de leur présence en ligne ou sur la télévente), les commandes en ligne augmentent à mesure que les marchés arrivent à maturité.

La commercialisation du vin en ligne, qui aura représenté en 2016 près de 9,8 milliards USD au niveau mondial (Kedge Business School, 2017), est devenu un canal de distribution particulièrement important pour le commerce du vin : poussé par le développement du commerce électronique et la hausse de la consommation de vin en Asie, il aura représenté plus de 10 milliards USD en 2017 soit environ 5% du volume de vin commercialisé au niveau mondial. Si les ventes en ligne sont encore relativement faibles au Mexique, elles sont toutefois en réelle croissance et dotées d'un fort potentiel, avec de très nombreuses pages de vente de vins sur Internet. Ces ventes pourront s'appuyer sur le nombre croissant d'internautes dans le pays : plus de 88 millions de personnes en 2020 (Statista, 2020). Les professionnels utilisent ce mode de vente encore sous-exploité comme outils de promotion et comme moyen de toucher de nouveaux consommateurs.

Si la grande distribution est toujours le lieu d'achat privilégié des vins dans ce pays, il faut donc noter que les ventes en ligne continuent leur poussée. La typologie des acteurs du e-commerce de vin est à peu près la même partout (pure players généralistes ou spécialistes, grande distribution, vente directe en ligne, caviste en ligne, box et abonnement, ventes privées), mais en des proportions sensiblement différentes d'un pays à l'autre (Vin et Sociétés, 2018). Les sites privilégiés sont souvent ceux des producteurs, puis viennent les sites de cavistes et les sites de e-commerce. En 2021, le contexte COVID, l'attractivité du prix, les frais de livraison et la qualité de l'information sont les facteurs qui poussent les consommateurs à acheter sur Internet. Le web joue aussi un rôle de prescription accru en matière de vente de vin, en particulier chez les jeunes consommateurs. Un nombre grandissant d'acheteurs avertis suivent sur les réseaux sociaux des pages consacrées aux vins et spiritueux et une large majorité d'entre eux accordent une très grande importance aux informations qu'ils y trouvent. Enfin le téléchargement d'applications dédiées au vin sur smartphones ou tablettes ne cesse d'augmenter.

[Uncork Mexico](#) est un bon exemple de société de vente en ligne mexicaine.

Enfin, il faut noter que la crise sanitaire liée à la pandémie de la COVID-19 modifie profondément la distribution de vin dans ce pays. Même si à ce stade les informations et les données statistiques disponibles ne sont pas suffisantes pour fournir une prévision précise et anticiper le scénario futur, l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) spécifiait dès juillet 2020 que les retours d'informations fournis par ses pays membres reflétaient tous « un changement radical ou un transfert entre les canaux de distribution ». La crise fait ainsi fortement bouger les lignes entre les ventes de vin en commerce de détail, qui sont impactées à la baisse, les ventes en CHR - qui ont été marquées en 2020 par un puissant recul - et les ventes par correspondance caractérisées par une forte hausse des achats de vin sur Internet.

## Sites e-commerce spécialisés

La commercialisation du vin sur Internet est entrée dans sa phase de maturité, même si elle peine encore à s'imposer dans certains pays. Au niveau mondial, les ventes de vins en ligne captent ainsi d'année en année un pourcentage croissant des parts de marché du commerce de détail. Une étude récente de l'IWSR prévoit que le commerce électronique de boissons alcooliques fera un bond en valeur de 42 % en 2021 sur les 10 principaux marchés de vente d'alcool en ligne. Sa valeur globale devrait atteindre 24 milliards de dollars (soit 19,8 milliards €) sur ces 10 pays, notamment sous l'effet de la pandémie qui a incité les consommateurs à faire leurs achats en ligne.

Cette croissance s'effectue en s'appuyant sur de nombreux vecteurs dont les forces varient d'un pays à l'autre et qui sont en pleine évolution. On citera principalement : les géants de l'e-commerce généraliste, les acteurs du e-commerce spécialisés dans la vente de vin, les enseignes de la grande distribution, les places de marché proposant du vin (comme [International Beverage Network](#), [Pro-Wine](#), ou [EC 21](#)), les cavistes, les ventes privées, les clubs proposant des formules de sélections de bouteilles par abonnements, les sites de ventes aux enchères de vin en ligne ou encore les marketplaces regroupant des vignerons.

Parmi les principaux sites d'e-commerce spécialisés dans la vente en ligne du vin au Mexique on peut notamment citer :

[Uvaycorcho](#)

[Arteli](#)

[Bodegas Alianza](#)

[Cavas del mundo](#)

## PRIX PRATIQUÉS

### Eléments constitutifs du prix

Pour pouvoir exporter vers le Mexique, le paiement d'une série d'impôts et taxes et la conduite de démarches seront nécessaires :

- Impôt Spécial sur la Production et les Services ( [Impuesto Especial de Productos y Servicios ou IEPS](#) ) ou droits d'accise : l'importation de certains biens comme les boissons alcoolisées, les cigares, l'essence, le diesel, le gaz naturel... est soumise à un impôt et est déterminée en appliquant différentes taxes selon le bien dont il s'agit. Actuellement, concernant les

boissons alcoolisées, la taxe s'élève à :

1. pour un % d'alcool inférieur à 14 : 25% ;
2. pour un % d'alcool compris entre 14 et 20 : 30% ;
3. pour un % d'alcool de plus de 20 : 50%.

- une surtaxe douanière (DTA) : elle est causée à l'occasion des opérations douanières qui sont effectuées en utilisant une demande ou le document douanier correspondant. Le DTA s'élève à 0,8% de la valeur CIF (pour les pays qui n'ont pas convention avec le Mexique). Pour les marchandises venant de l'UE, on peut opter pour ce pourcentage ou un taux fixe qui est actuellement au minimum de 287 MXN (soit 13,44 EUR). Cette quantité est semestriellement modifiée, et peut être consultée sur le site des [douanes mexicaines](#) (en langue espagnole).

- la TVA : on applique un taux de **16%** sur la valeur CIF et l'ensemble des droits et taxes)

Les marges des grossistes, des distributeurs et des importateurs se situent entre les 20 et 30% (les détaillants utilisent généralement une marge semblable).

#### Eléments constitutifs du prix de vente d'un vin français

Depuis le 1er juillet 2008, il n'y a plus de droits de douanes pour les vins venant de l'Union européenne. Pour plus d'informations sur les droits de douane, consultez le site [Market Access Database](#).

Aujourd'hui, les prix des vins exportés par la France comptent parmi les plus élevés au monde, ce qui traduit un positionnement sur des produits bien valorisés aux vues des évolutions que connaissent les prix moyens au litre depuis quinze ans. Sur le marché mondial du vin tranquille en bouteille, la France se place en première position en valeur sur la base des chiffres communiqués par la Fédération des exportateurs (FEVS).

Mais après cinq années de croissance ininterrompue, les exportations françaises de vins et spiritueux auront connu un coup d'arrêt brutal sous l'effet conjugué des taxes américaines imposées sur les vins français depuis fin 2019 et de la crise liée à la Covid-19. En recul de 13,9%, le chiffre d'affaires s'élevait en 2020 à 12,07 milliards d'euros, revenant au niveau de celui enregistré en 2016. Sur la base des chiffres communiqués par la Fédération des exportateurs (FEVS, 2021), les volumes expédiés auront reculé de 5,8% à 183,3 millions de caisses, conséquence directe de la fermeture de différents circuits de distribution imposée par le contexte sanitaire sur l'ensemble des marchés. Il s'agit du plus faible volume de vins et spiritueux exportés par la France depuis 2009. En particulier, les restrictions de commercialisation (sur les voyages, le retail et les CHR) et l'annulation des événements festifs ont entraîné en 2020 un net recul en volumes mais aussi en valeur de l'ensemble des types de vins exportés avec - 1,1 milliard € par rapport à 2019 (-11,3%) à 8,2 milliards d'euros (-5,1% en volume). On notera en particulier -20,5% en valeur pour le champagne et -8% pour les vins tranquilles AOC / AOP. Avec 131,9 millions de caisses, les volumes exportés régressent fortement (+5,1%).

Le prix moyen du litre de vin français commercialisé en 2019 sur ce marché aura été en baisse à 7,49 EUR (Douanes Françaises, 2020).

#### Prix de vente pratiqué sur le marché

La nature du cépage et l'origine du vin sont les deux principaux critères qui conditionnent le niveau des prix. Mécaniquement, les vins d'importation sont vendus à un niveau de prix plus élevé que les vins locaux. Le prix d'une bouteille de vin milieu de gamme dans ce pays est entre 4,23 et 12,64 EUR avec un prix moyen s'établissant en 2021 à 7,71 EUR. La majorité des achats s'effectuent dans une tranche de prix de 100 à 250 pesos (4,23 et 10,57 EUR) mais les vins français sont proposés dans une fourchette de prix bien supérieure.

Avec la multiplication des accords de libre-échange (le Mexique en a signé avec les Etats-Unis, l'Union européenne, la Bolivie...), les prix sont tirés vers le bas, d'autant plus que les nouveaux concurrents qui arrivent sur le marché du vin sont les producteurs de vins du Nouveau Monde (Australie, Chili, Afrique du Sud...) qui mènent une concurrence agressive par les prix.

L'offre augmente beaucoup plus rapidement que la demande, ce qui pourrait les hausses de prix en 2021.

Nous vous proposons de [calculer votre prix de vente export vers ce pays](#).

## MOYENS DE PROMOTION

Comme c'est très souvent le cas dans une démarche export, travailler en étroite collaboration avec son ou ses points d'entrée (importateurs, distributeurs, agents) reste la clé d'une réussite sur ce marché. La promotion des vins au Mexique dépendra en effet en grande partie de l'accord entre le producteur et le distributeur présent sur le terrain. Les actions peuvent prendre des aspects très divers. De plus en plus de restaurants dirigés par des chefs professionnels sont intéressés par la diffusion et la promotion du vin. Chez les détaillants, afin d'augmenter la consommation de vin au Mexique, on effectue des campagnes promotionnelles visant des personnes aux revenus moyens. Les vignobles envoient des invitations à une cible bien précise afin de faire la promotion de leur vin.

Une autre activité promotionnelle consiste à envoyer des échantillons aux restaurants et à quelques événements pour attirer des touristes, Mexicains et connaisseurs.

L'[Association Nationale de Vitivinicultrices](#) favorise les vins mexicains dans des événements spéciaux adressés à des consommateurs ou à de potentiels consommateurs (jeunes gens et femmes). Ils apparaissent aussi dans des revues spécialisées ou à la radio pour parler des vins mexicains et de leurs différentes marques. Pour les exportateurs de vins vers le Mexique, les [salons spécialisés](#) sont parmi les moyens de promotion les plus efficaces. Le principal salon de produits agro-alimentaires du Mexique est [Alimentaria México \(en anglais\)](#) qui a lieu annuellement à Mexico. [Wine Room](#) et [Wine & Food Festival](#) sont d'autres exemples d'événements utiles en termes de promotion.

Depuis le début de l'année 2020 et l'impact de la pandémie de Covid-19, la tenue des salons nationaux et internationaux est à quasiment l'arrêt et il sera donc important de se tenir informé de la reprise progressive de ces manifestations.

Le magazine spécialisé [Catadores](#) est aussi un support important en termes de promotion.

L'utilisation des réseaux sociaux est à considérer comme vecteur efficace de promotion dans ce pays.

Les salons spécialisés sur le vin

[CERVEZA MEXICO, 03810, México, D.F., 22 Octobre 2021](#)  
[WINE ROOM, 03810, México, D.F., Sep. 2022](#)  
[CERVEZA MEXICO, 03810, México, D.F., Oct. 2022](#)

Pour connaître l'ensemble des salons vins dans le monde, [consultez notre base de salons vin.](#)

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.  
Dernières mises à jour en Septembre 2021



## Réglementation

### RÉGLEMENTATIONS À L'ENTRÉE

Pour pouvoir exporter son produit au Mexique, la déclaration de douane doit comporter un numéro d'enregistrement fiscal de l'exportateur dans son pays d'origine (numéro d'identification TVA) et doit être accompagnée des documents suivants :

- la facture commerciale ;
- le Bill of Lading ou connaissance maritime ;
- la liste de colisage ;
- le certificat d'analyse : les autorités douanières ont la possibilité de demander des informations à la fois sur le degré Gay-Lussac et le degré en % volume. De plus, le certificat doit être accompagné du formulaire de la DGCCRF. Il est vivement conseillé de faire viser le certificat d'analyse par les autorités consulaires de Paris ;
- le **certificat de libre vente** délivré par la CCI de Paris ;
- l'EUR 1 (document qui prouve l'origine communautaire du pays) : l'EUR 1 doit être très méticuleusement rempli et si possible revu avant envoi par l'importateur.

Pour plus de renseignements sur les différents documents nécessaires à l'exportation de vin vers ce pays, consultez le site [Market Access Database](#).

Pour plus d'informations sur la réglementation nationale en matière d'exportation vers ce pays consultez [le site de la TTB](#).

Nous vous proposons de connaître [les droits de douane](#), [les documents d'accompagnement de vos marchandises](#) et les [taxes locales](#).

### RÉGLEMENTATIONS SUR LE PRODUIT \*

Dispositions communautaires	<p>Dans un souci d'harmonie communautaire, l'Union européenne prévoit un certain nombre de dispositions.</p> <p>La nouvelle organisation commune du marché vitivinicole - la dernière OCM vitivinicole en date - est issue du <b>règlement (CE) n° 479/2008 du 29 avril 2008</b>. Il s'agit de la sixième depuis l'organisation fondatrice adoptée par le Règlement 24 du 4 avril 1962. Elle est entrée en vigueur le 1er août 2008, à l'exception de l'intégration dans le régime du paiement unique (intervenu à compter du 1er janvier 2009) et des dispositions concernant les pratiques œnologiques, la protection des appellations d'origine, les indications géographiques et les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation (entres en vigueur à partir du 1er août 2009).</p> <p>Ce règlement - dont certaines modalités d'application sont fixées par le <b>Règlement (CE) n°607/2009</b> de la Commission du 14 juillet 2009 est marqué par une double orientation vers davantage d'adaptation au marché mondial, par une harmonisation nationalement modulée et vers une progression de la réglementation horizontale se traduisant par l'extension des mécanismes de la PAC au secteur viticole.</p> <p>Règlements de base :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Le règlement (CE) n°491/2009 du Conseil du 25 mai 2009</b> portant organisation commune des marchés dans le secteur agricole et dispositions spécifiques en ce qui concerne certains produits de ce secteur (règlement «OCM unique»).</li><li>- <b>Le règlement (CE) n°479/2008 du Conseil du 29 avril 2008</b> portant organisation commune du marché vitivinicole, modifiant les règlements (CE) n°1493/1999, (CE) n°1782/2003, (CE) n°1290/2005 et (CE) n°3/2008, et abrogeant les règlements (CEE) n°2392/86 et (CE) n°1493/1999. Il a pour objet de définir, au niveau de l'ensemble des pays de l'UE, une politique de production et de commercialisation des vins. Les vins de l'UE sont classés dans deux catégories au regard de cette réglementation : les vins de table et les vins de qualité produits dans une région déterminée (VQPRD).</li></ul> <p>Règlements d'application :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Le règlement d'exécution (UE) n°670/2011 de la Commission du 12 juillet 2011</b> fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n°479/2008 du Conseil en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole.</li><li>- <b>Le règlement (UE) n°772/2010 de la Commission du 1er septembre 2010</b> modifiant le règlement (CE) n°555/2008 fixant les modalités d'application du règlement portant organisation commune du marché vitivinicole, en ce qui concerne les programmes d'aide, les échanges avec les pays tiers, le potentiel de production et les contrôles dans le secteur vitivinicole.</li><li>- <b>Le règlement (CE) n°607/2009 de la Commission du 14 juillet 2009</b> fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n°479/2008 du Conseil en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole.</li><li>- <b>Le règlement (CE) n°606/2009 de la Commission du 10 juillet 2009</b> fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n°479/2008 du Conseil en ce qui concerne les catégories de produits de la vigne, les pratiques œnologiques et les restrictions qui s'y appliquent.</li><li>- <b>Le règlement (CE) n°436/2009 de la Commission du 26 mai 2009</b> portant modalités d'application du règlement (CE) n°479/2008 du Conseil en ce qui concerne le casier viticole, les déclarations obligatoires et l'établissement des informations pour le suivi du marché, les documents accompagnant les transports des produits et les registres à tenir dans le secteur vitivinicole</li></ul>
-----------------------------	--

- [Le règlement \(CE\) n°114/2009 de la Commission du 6 février 2009](#) portant mesures transitoires d'application du règlement (CE) n°479/2008 du Conseil en ce qui concerne les références aux vins bénéficiant d'une appellation d'origine protégée et d'une indication géographique protégée.

Potentiel de production :

- [Le règlement \(CE\) n°1227/2000](#) de la Commission du 31 mai 2000 fixant les modalités d'application en ce qui concerne le potentiel de production

Mécanismes de marché :

- [Le règlement \(CE\) n°1623/2000](#) de la Commission du 25 juillet 2000 fixant les modalités d'application en ce qui concerne les mécanismes de marché

- [Le règlement \(CE\) n°1282/2001](#) de la Commission du 28 juin 2001 portant modalités d'application en ce qui concerne l'établissement des informations pour la connaissance des produits et le suivi du marché dans le secteur vitivinicole et modifiant le règlement (CE) n° 1623/2000

Pratiques oenologiques :

- [Le règlement \(CE\) n°1622/2000](#) de la Commission du 24 juillet 2000 instituant un code communautaire des pratiques et traitements oenologiques

Désignation, dénomination, présentation et protection de certains produits :

- [Le règlement \(CE\) n°753/2002](#) de la Commission du 29 avril 2002 fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n°1493/1999 du Conseil en ce qui concerne la désignation, la dénomination, la présentation et la protection de certains produits vitivinicoles

Vins de qualité produits dans des régions déterminées :

- [Le règlement \(CE\) n°1607/2000](#) de la Commission du 24 juillet 2000 fixant les modalités d'application relatif aux vins de qualité produits dans des régions déterminées

Régime des échanges avec les pays tiers :

- [Le règlement \(CE\) n°883/2001](#) de la Commission du 24 avril 2001 fixant les modalités d'application en ce qui concerne les échanges des produits du secteur vitivinicole avec les pays tiers

- [Le règlement \(CE\) n°2805/95 de la Commission](#), du 5 décembre 1995, fixant les restitutions à l'exportation dans le secteur vitivinicole et abrogeant le règlement (CEE) n° 2137/93

Dispositions générales, transitoires et finales :

- [Le règlement \(CE\) n°2729/2000](#) de la Commission du 14 décembre 2000 fixant les modalités d'application relative aux contrôles dans le secteur vitivinicole

- [Le règlement \(CE\) n°884/2001](#) de la Commission du 24 avril 2001 fixant les modalités d'application relatives aux documents accompagnant les transports des produits vitivinicoles et aux registres à tenir dans le secteur vitivinicole

Méthodes d'analyse :

- [Le règlement \(CEE\) n°2676/90](#) de la Commission, du 17 septembre 1990, déterminant les méthodes d'analyse communautaires applicables dans le secteur du vin

- [Le règlement \(CEE\) n°1601/91](#) du Conseil, du 10 juin 1991, établissant les règles générales relatives à la définition, à la désignation et à la présentation des vins aromatisés, des boissons aromatisées à base de vin et des cocktails aromatisés de produits viti-vinicoles

- [Le règlement \(CE\) n°122/94](#) de la Commission, du 25 janvier 1994, portant certaines modalités d'application du règlement (CEE) n° 1601/91 du Conseil pour la définition, la désignation et la présentation des vins aromatisés, des boissons aromatisées à base de vin et des cocktails aromatisés de produits viti-vinicoles

Pour plus d'informations, voir [le site de l'Union européenne](#) explicitant la législation européenne en matière de vins.

#### Particularités nationales

On ne note aucune particularité nationale sur la réglementation du vin dans le pays. La réglementation nationale est disponible sur ce [site](#).

#### CONDITIONNEMENT \*

##### Dispositions communautaires

Conformément aux dispositions communautaires, les matériaux destinés à entrer en contact avec une denrée alimentaire doivent être fabriqués de telle sorte que dans les conditions normales ou prévisibles de leur emploi ils ne cèdent pas aux vins des constituants en une quantité susceptible de présenter un danger pour la santé et d'entraîner une modification de leur composition ou une altération de leurs caractères organoleptiques.

Le règlement (CE) n°607/2009 de la Commission du 14 juillet 2009 fixe certaines modalités d'application du dernier règlement en date de l'organisation commune du marché vitivinicole en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole. Il stipule notamment que le dispositif de fermeture des produits vitivinicoles ne doit pas être revêtu d'une capsule ou d'une feuille fabriquée à base de plomb.

Ce règlement de 2009 a été [amendé à plusieurs reprises](#).

Les vins mousseux ne peuvent être commercialisés que dans des bouteilles de verre fermées à l'aide d'un bouchon champignon en liège ou en une autre matière admise au contact des denrées alimentaires, maintenue par une attache, pour les contenants d'un volume nominal supérieur à 0,20 litre.

## Particularités nationales

On ne note aucune particularité nationale sur le conditionnement du vin dans le pays.

## RÈGLES D'ÉTIQUETAGE \*

## Dispositions communautaires

Le vin suit les normes européennes générales d'étiquetage comme la [directive 2003/89/CE](#) relative à l'étiquetage qui impose depuis le 25 novembre 2005 la déclaration des sulfites, définis comme substance allergène. Par conséquent, tous les vins originaires de l'Union européenne doivent porter sur l'étiquette la mention « contient des sulfites » lorsque la teneur dans le produit est supérieure à 10mg/kg ou 10mg/litre exprimées en SO<sub>2</sub>.

Le [règlement \(CE\) n°607/2009](#) de la Commission du 14 juillet 2009 fixe certaines modalités d'application du dernier règlement en date de l'organisation commune du marché vitivinicole en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole.

Le [règlement d'exécution \(UE\) n° 579/2012](#) de la commission du 29 juin 2012 modifie le règlement (CE) n° 607/2009 fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil. Le règlement propose un ensemble de règles, notamment en ce qui concerne l'obligation d'indiquer sur l'étiquetage des boissons titrant plus de 1,2 % d'alcool en volume, tout ingrédient potentiellement allergénique en particulier les produits à base d'œuf ou à base de lait utilisés dans l'élaboration des vins.

Pour plus d'informations sur les règles d'étiquetage avec les mentions obligatoires et facultatives à apposer sur une étiquette, consultez [le portail de l'Union européenne](#).

## Particularités nationales

Tous les produits alcoolisés importés doivent porter une vignette (marbete) ou un sceau fiscal (precinto). Ils sont délivrés par le Ministère des Finances. La réglementation sur les produits est régie par la Norme Officielle Mexicaine [PROY-NOM-142-SSA1/SCFI-2013](#) de 2013. Les différents éléments obligatoires à faire mentionner sur l'étiquette du vin sont les [suivants](#) :

- Nom ou marque du produit ;
- Indication de quantité ;
- Nom, dénomination sociale et adresse fiscale ;
- Légende indiquant le pays d'origine du produit ;
- Teneur en alcool ;
- Le pourcentage d'alcool en volume à 20° C, abrégé comme suit : %Alc. Vol ;
- le lot ;
- La phrase "El abuso en el consumo de este producto es nocivo para la salud" (La consommation excessive de ce produit est nocive pour la santé) ;
- Les boissons alcoolisées qui contiennent de l'aspartame doivent porter sur le contenant ou sur l'étiquette la légende suivante : "Fenilcetonúricos: contiene fenilalanina" (Phénylcétonurie: contient de la phénylalanine) ;
- Pour les boissons alcoolisées dans lesquelles sont ingérés quotidiennement 50 g ou plus de sorbitol, il doit être affiché sur l'emballage ou l'étiquette: "Contiene sorbitol: el abuso de este edulcorante puede causar efectos laxantes" (Contient du sorbitol: l'abus de cet édulcorant peut causer un effet laxatif).

Les étiquettes sont obligatoirement rédigées en Espagnol de manière claire pour ne pas induire en erreur le consommateur. Les informations mentionnées doivent être fidèles aux caractéristiques du produit.

Vous pouvez consulter [la réglementation complète](#), ainsi que des informations sur la réglementation sanitaire des aliments au Mexique sur [le site du ministère de la santé](#).

## AUTRES RÉGLEMENTATIONS

A la télévision, il est interdit de diffuser des annonces concernant des boissons alcoolisées avant 20h, sauf pour les annonces promotionnelles concernant la bière, qui disposent d'une plus grande liberté et peuvent être diffusées pendant des événements spéciaux, comme le football, à tout moment de la journée. La consommation d'alcool dans les endroits publics ou dans un véhicule est prohibée. On ne note pas d'autre réglementation significative dans le pays. L'âge légal pour consommer de l'alcool est de **18 ans**.

## PRINCIPAUX TERMES VITIVINICOLES

Terme	Traduction
Vin de table	Vino de mesa
Embouteilleur	Embotellador
Mis en bouteille par	Embotellado por
Conditionneur	Envasador
Conditionné par	Envasado por
Mis en bouteille pour	Embotellado para
Conditionné pour	Envasado para
Viticulteur	Viticultor
Récolté par	Cosechado por
Négociant	Comerciantes

Terme	Traduction
Distribué par	Distribuido por
Importateur	Importador
Importé par	Importado por
Vin obtenu en ... à partir de raisins récoltés en ...	Vino obtenido en ... a partir de uva recolectada en ...
Mélange de vins de différents pays de la Communauté Européenne	Mezcla de vinos de diferentes países de la Comunidad Europea
France	Francia
Vin mousseux	Vino espumoso
Vin mousseux gazéifié	Vino espumoso gasificado
Vin mousseux de qualité	Vino espumoso de calidad
Vin mousseux aromatique de qualité	Vino espumoso aromatizado de calidad
Obtenu par adjonction d'anhydride carbonique	Obtenido por adición de anhídrido carbónico
Sec	Seco
Demi-sec	Semi seco
Doux	Dulce
Vin de liqueur	Vino de licor
UE	UE
Issu de produits de différents pays de la communauté européenne	Procedente de productos de diferentes países de la Comunidad Europea

(\*) Les dispositions communautaires s'appliquent à l'ensemble des vins exportés quelque soit le pays de destination. La réglementation nationale du pays de destination est à respecter en sus, le cas échéant.

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.  
Dernières mises à jour en Septembre 2021

## Les marchés du vin dans le monde

[Retour à la page précédente](#)

Pays	Consommation	Consommation par couleur	Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
Afrique du Sud	3.100 mhl 7,4 l/hab 1,3%*	40,0% 44,1% 15,9%	★★★	🛒 70,0% 🍴 30,0% ⟳ -	👤 0 💶 287 ZAR/hl	10.400 mhl 4,0%* 335,5%**	48 mhl 1,5%**	7 mhl 3,1%***
Allemagne	19.800 mhl 27,5 l/hab 8,5%*	43,0% 44,0% 13,0%	★★★	🛒 76,0% 🍴 21,0% ⟳ 3,0%	👤 0 💶 0	8.400 mhl 3,2%* 42,4%**	14.193 mhl 71,2%**	2.089 mhl 14,3%***
Argentine	9.400 mhl 27,6 l/hab 4,0%*	77,0% 18,0% 2,0%	★★★	🛒 20,0% 🍴 30,0% ⟳ 50,0%	👤 20% de CIF 💶 0,5% sur CIF	10.800 mhl 4,2%* 114,9%**	3 mhl 0,0%**	1 mhl 24,3%***
Australie	5.700 mhl 27,8 l/hab 2,4%*	38,0% 50,5% 11,5%	★★★	🛒 70,0% 🍴 20,0% ⟳ 10,0%	👤 5% de FOB + 81,05 AUD / litre d'alcool pur 💶 Wine Equalisation Tax (WET) : 29% de la valeur en gros	10.600 mhl 4,1%* 186,0%**	1.218 mhl 21,4%**	217 mhl 20,5%***
Autriche	2.300 mhl 29,9 l/hab 1,0%*	37,6% 61,3% 1,1%	★★★	🛒 70,0% 🍴 27,0% ⟳ 3,0%	👤 0 💶 0	2.400 mhl 0,9%* 104,3%**	746 mhl 32,4%**	38 mhl 6,4%***
Belgique	2.600 mhl 26,9 l/hab 1,1%*	40,0% 30,0% 18,0%	★★★	🛒 72,0% 🍴 25,0% ⟳ 3,0%	👤 0 💶 74,9086 €/hl	19 mhl - -	2.606 mhl 115,4%**	1.127 mhl 41,3%***
Brésil	4.300 mhl 2,6 l/hab 1,8%*	75,0% 23,0% 2,0%	★★★	🛒 49,0% 🍴 16,0% ⟳ 35,0%	👤 27% de CIF 💶 40% sur CIF (sales tax)	1.900 mhl 0,7%* 44,2%**	1.521 mhl 35,4%**	68 mhl 5,8%***
Canada	4.400 mhl 13,9 l/hab 1,9%*	53,2% 40,0% 6,8%	★★★	🛒 60,0% 🍴 40,0% ⟳ -	👤 1,87 CAD/hl 💶 62 CAD/hl	710 mhl 0,3%* 16,1%**	- 102,3%**	- -
Chili	1.800 mhl 9,4 l/hab 0,8%*	68,0% 29,0% 3,0%	★★★	🛒 75,0% 🍴 15,0% ⟳ -	👤 0 💶 15% CIF	10.300 mhl 4,0%* 572,2%**	26 mhl 1,4%**	3 mhl 12,4%***
Chine	12.400 mhl 1,0 l/hab 5,3%*	72,0% 27,0% 1,0%	★★★	🛒 43,0% 🍴 37,0% ⟳ 20,0%	👤 14% de CIF 💶 10%	6.600 mhl 2,5%* 53,2%**	4.302 mhl 34,7%**	1.005 mhl 23,8%***
Corée du sud	495 mhl 1,0 l/hab 0,2%*	75,0% 22,0% 3,0%	★★★	🛒 70,0% 🍴 30,0% ⟳ -	👤 0 💶 30%	10 mhl - 2,0%**	541 mhl 109,4%**	71 mhl 14,4%***
Danemark	1.911 mhl 33,0 l/hab 0,8%*	68,0% 26,0% 6,0%	★★★	🛒 65,9% 🍴 21,6% ⟳ 12,5%	👤 0 💶 6%-15% vol : 155,62 €/hl ; 15%-22% vol : 208,43 €/hl.	- - -	2.069 mhl 108,2%**	270 mhl 13,2%***
Espagne	9.600 mhl 23,9 l/hab 4,1%*	73,0% 21,0% 6,0%	★★★	🛒 52,0% 🍴 40,0% ⟳ 8,0%	👤 0 💶 0	40.700 mhl 15,7%* 423,9%**	1.027 mhl 10,7%**	74 mhl -
Etats-Unis	33.000 mhl 12,2 l/hab 14,1%*	46,0% 44,0% 10,0%	★★★	🛒 62,0% 🍴 23,5% ⟳ 14,5%	👤 6,3 USD/hl 💶 0,21 cents/l - 6,3 cents/l - 8,4 cents/l - 22,4 cents/l selon %vol et taille	22.800 mhl 8,8%* 69,1%**	12.310 mhl 37,3%**	1.594 mhl 14,7%***

Pays	Consommation	Consommation par couleur	Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
Finlande	621 mhl 11,2 l/hab 0,3%*	44,0% 52,9% 3,1%	★★★	🛒 83,0% 🍴 12,0% ⟳ 5,0%	🇪🇺 0 € 339 €/hl	- - -	782 mhl 100,0%**	40 mhl -
Hong Kong	235 mhl 3,7 l/hab 0,1%*	82,7% 12,3% 5,0%	★★★	🛒 64,0% 🍴 36,0% ⟳ -	🇪🇺 0 € 0	- - -	347 mhl 147,7%**	90 mhl 24,7%***
Inde	300 mhl 0,0 l/hab 0,1%*	59,0% 38,0% 3,0%	★★★	🛒 75,0% 🍴 25,0% ⟳ -	🇪🇺 150% de CIF € 12,5%	141 mhl 0,1%* 46,9%**	30 mhl 10,1%**	3 mhl 11,4%***
Irlande	1.030 mhl 20,8 l/hab 0,4%*	46,0% 48,0% 6,0%	★★★	🛒 36,8% 🍴 25,0% ⟳ 38,2%	🇪🇺 0 € 5,5% - 15% vol : 424,84 €/hl ; >15% vol : 616,45 €/hl.	- - -	1.294 mhl 125,7%**	156 mhl 12,5%***
Italie	24.500 mhl 46,6 l/hab 10,5%*	48,0% 46,0% 6,0%	★★★	🛒 63,0% 🍴 18,6% ⟳ 18,4%	🇪🇺 0 € 0	49.100 mhl 18,9%* 200,4%**	1.572 mhl 5,0%**	248 mhl 14,5%***
Japon	3.500 mhl 3,1 l/hab 1,5%*	58,0% 36,0% 6,0%	★★★	🛒 48,0% 🍴 48,0% ⟳ 4,0%	🇪🇺 15% de CIF, pas moins de 67 JPY, pas plus de 125 JPY € 7.000 JPY/hl	158 mhl 0,1%* 4,5%**	2.592 mhl 74,3%**	595 mhl 23,2%***
Lituanie	370 mhl 13,6 l/hab 0,2%*	62,0% 31,0% 7,0%	★★★	🛒 70,0% 🍴 30,0% ⟳ -	🇪🇺 0 € 72,12 €/hl	69 mhl - 18,6%**	945 mhl 255,3%**	198 mhl 22,0%***
Luxembourg	368 mhl 58,7 l/hab 0,2%*	57,0% 32,0% 11,0%	★★★	🛒 60,0% 🍴 40,0% ⟳ -	🇪🇺 0 € 0	100 mhl 0,0%* 27,2%**	339 mhl 92,1%**	118 mhl 33,6%***
Mexique	1.289 mhl 1,0 l/hab 0,5%*	68,2% 29,3% 2,5%	★★★	🛒 36,1% 🍴 63,9% ⟳ -	🇪🇺 0 € 25% jusqu'à 13,5% vol.	1.280 mhl 0,5%* 99,3%**	- 71,0%**	34 mhl -
Moldavie	310 mhl 7,6 l/hab 0,1%*	58,0% 32,0% 10,0%	★★★	🛒 60,0% 🍴 40,0% ⟳ -	🇪🇺 0,3 EUR/I € 0,4%	1.200 mhl 0,5%* 387,1%**	17 mhl 0,5%**	3 mhl 17,6%***
Nigéria	650 mhl 0,3 l/hab 0,3%*	50,0% 40,0% 10,0%	★★★	🛒 - 🍴 20,0% ⟳ -	🇪🇺 20% de CIF € 20%	- - -	243 mhl 37,4%**	3 mhl 1,2%***
Norvege	951 mhl 19,4 l/hab 0,5%*	58,6% 37,2% 4,2%	★★★	🛒 65,0% 🍴 30,0% ⟳ 5,0%	🇪🇺 0 € 476 NOK/hl	8 mhl - 0,8%**	1.115 mhl 117,2%**	227 mhl 21,0%***
Nouvelle-Zélande	940 mhl 19,5 l/hab 0,4%*	45,0% 45,0% 10,0%	★★★	🛒 82,0% 🍴 18,0% ⟳ -	🇪🇺 0 € 283,20 NZD/hl	3.300 mhl 1,3%* 351,1%**	473 mhl 50,3%**	31 mhl 7,1%***
Pays-Bas	3.500 mhl 24,2 l/hab 1,5%*	43,0% 44,0% 13,0%	★★★	🛒 82,0% 🍴 15,0% ⟳ 3,0%	🇪🇺 0 € 88,36 €/hl	3 mhl - -	4.518 mhl 134,3%**	1.004 mhl 23,3%***
Pérou	1.000 mhl 3,0 l/hab 0,4%*	83,0% 11,2% 5,8%	★★★	🛒 60,0% 🍴 40,0% ⟳ -	🇪🇺 0 € 20%	750 mhl 0,3%* 75,0%**	109 mhl 10,9%**	2 mhl 1,7%***
Pologne	1.179 mhl 3,1 l/hab 0,5%*	41,0% 55,0% 4,0%	★★★	🛒 96,0% 🍴 4,0% ⟳ -	🇪🇺 0 € 37,21 €/hl	58 mhl - 4,9%**	1.420 mhl 120,4%**	124 mhl 9,5%***
Portugal	4.600 mhl 51,9 l/hab 2,0%*	59,0% 35,0% 6,0%	★★★	🛒 48,0% 🍴 31,0% ⟳ 21,0%	🇪🇺 0 € 0	6.400 mhl 2,5%* 139,1%**	2.712 mhl 58,7%**	14 mhl 0,5%***
République Tchèque	2.100 mhl 23,2 l/hab 0,9%*	29,0% 61,0% 10,0%	★★★	🛒 90,0% 🍴 10,0% ⟳ -	🇪🇺 0 € 0	645 mhl 0,2%* 35,5%**	1.801 mhl 85,8%**	114 mhl 6,9%***

Pays	Consommation	Consommation par couleur	Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
Royaume Uni	13.300 mhl 23,8 l/hab 5,7%*	🍷 42,0% 🥂 45,0% 🍸 13,0%	★★★	🛒 77,0% 🍴 12,0% ⟳ 11,0%	🇪🇺 0 💶 85,60 - 370,41 GBP/hl selon volume et type	150 mhl 0,1%* 1,1%**	14.004 mhl 109,8%**	1.913 mhl -
Russie	12.400 mhl 8,6 l/hab 4,4%*	🍷 47,0% 🥂 48,0% 🍸 5,0%	★★★	🛒 60,0% 🍴 10,0% ⟳ 30,0%	🇪🇺 14,4% de CIF 💶 70 €/hl	4.400 mhl 1,7%* 35,5%**	6.572 mhl 34,0%**	650 mhl 9,9%***
Singapour	123 mhl 2,1 l/hab 0,1%*	🍷 51,0% 🥂 39,0% 🍸 10,0%	★★★	🛒 66,0% 🍴 31,0% ⟳ 3,0%	🇪🇺 0 💶 8.800 SGD/hl	- - -	1.217 mhl 990,2%**	787 mhl -
Suede	2.200 mhl 27,0 l/hab 0,9%*	🍷 49,0% 🥂 42,5% 🍸 7,6%	★★★	🛒 88,0% 🍴 10,0% ⟳ 2,0%	🇪🇺 0 💶 268,47 €/hl	- - -	1.940 mhl 100,0%**	391 mhl 15,7%***
Suisse	2.600 mhl 35,7 l/hab 1,1%*	🍷 55,0% 🥂 33,0% 🍸 12,0%	★★★	🛒 62,5% 🍴 20,0% ⟳ 17,5%	🇪🇺 0-50 CHF/100 gross kilogram 💶 0	834 mhl 0,3%* 30,1%**	1.831 mhl 70,4%**	397 mhl -
Thaïlande	1.303 mhl 1,5 l/hab 0,6%*	🍷 82,0% 🥂 17,0% 🍸 1,0%	★★★	🛒 - 🍴 40,0% ⟳ -	🇪🇺 60% de CIF 💶 60%	12 mhl - 0,9%**	112 mhl 8,5%**	20 mhl 28,9%***
Vietnam	153 mhl 0,2 l/hab 0,1%*	🍷 69,0% 🥂 30,0% 🍸 1,0%	★★★	🛒 - 🍴 - ⟳ -	🇪🇺 50% de CIF 💶 30%	1 mhl - 0,6%**	58 mhl 37,8%**	12 mhl 25,5%***

mhl : milliers d'hectolitres l/hab : litres par habitants

🍷 : vin rouge 🥂 : vin blanc 🥃 : rosé

★★★ : spécialiste ★★★ : consommateur aguerri ★★★ : nouveau consommateur

🛒 : grandes surfaces 🍽️ : hôtels/restaurants ⟳ : autres circuits Mp : monopole de distribution

🇪🇺 : droits de douanes ⚽ : droits d'accises

\* : part mondiale \*\* : en % de la consommation \*\*\* : en % des importations

Sources : AWBC, ICEX, IWSR, Market Access Database, Comtrade.

Dernière mise à jour: 2021

