



## ATLAS VIN EN RUSSIE



## Introduction

Avec une population de plus de 146,00 millions d'habitants en 2021, la Russie constitue un marché important pour les exportateurs de vin. C'est cependant un marché particulièrement fragmenté et caractérisé par une faible maturité. Il a pâti de la campagne anti-alcool menée dans les années 1980, laquelle a conduit à une baisse drastique de la consommation et de la production de vin. La classe moyenne grandissante et une montée du pouvoir d'achat de certaines sections de la population russe constituent néanmoins un facteur favorisant la réémergence de ce secteur depuis une dizaine d'années. La Russie est un marché en croissance et qui présente de nombreuses opportunités. L'embargo mis en place par la Russie ne concerne pas les vins et spiritueux et la monnaie nationale russe retrouve progressivement ses niveaux d'avant la crise face à l'Euro.

La Russie aura été en 2020 le 12ème pays producteur de vin au monde avec 440 millions de litres produits, un volume en retrait de 4% par rapport à l'année précédente, représentant 1,69% de la production mondiale (Organisation internationale de la vigne et du vin- OIV, 2021).

En 2020, la consommation totale de vin s'est élevée à 1,24 milliard de litres, en hausse de 3% par rapport à 2019, soit 8,6 litres par habitant, ce qui représentait 4,4% de la consommation mondiale de vin et plaçait la Russie au 7ème rang mondial des pays consommateurs de vin soit un gain d'une place en un an (Organisation internationale de la vigne et du vin- OIV, 2021).

Entre 2002 et 2012, la consommation nationale a augmenté de 57%, mais connaît une diminution lente mais régulière depuis, toutefois stabilisée depuis 2013. La consommation est satisfaite à la fois par la production nationale et par un recours important aux importations. Ces dernières, qui augmentaient à un rythme soutenu, ont chuté en 2009 du fait de la crise économique mondiale, mais sont reparties à la hausse en 2010 (+29% par rapport à 2009) puis les années suivantes. La Russie sera même en 2013 le 4ème importateur mondial de vin. Mais comme en 2014, le pays aura connu en 2015 la plus forte réduction en volume et en valeur de ses importations de vin, conséquence de l'embargo international et des difficultés économiques induites. La situation s'est stabilisée en 2016 puis améliorée depuis. La Russie était en 2020 le 8ème importateur de vin mondial en volume et le 9ème en valeur : le pays a importé 350 millions de litres de vin pour une valeur totale de 948 millions EUR, soit une chute de 20,9% en volume et un retrait de 8,8% en valeur par rapport à 2019 (Organisation internationale de la vigne et du vin- OIV, 2021).

La crise économique en Russie, la chute des cours du rouble et la pandémie de la Covid 19 affectent également gravement les importations de vin, faisant grimper les prix des vins importés de 30 à 50% et provoquant des faillites parmi certains importateurs. Malgré ce passage difficile, c'est le segment des vins rouges tranquilles qui devrait connaître la croissance la plus marquée dans les prochaines années.

Selon les dernières données disponibles de Comtrade, la France est le deuxième fournisseur de vin en valeur du pays, derrière l'Italie, avec 16,5% de parts de marché, et le quatrième en volume derrière l'Espagne, l'Italie et la Géorgie avec 9,9% de parts de marché. Le pays a importé 64,98 millions de litres de vin français pour une valeur de 191,88 millions USD (Comtrade, 2020). Selon les dernières données en date des douanes françaises, entre 2017 et 2019, les importations de vin rouge et de vin blanc français ont chuté de plus de 69,1% en volume et de plus de 62,7% en valeur (Douanes Françaises, 2020). La demande des importateurs russes s'oriente vers l'entrée de gamme (en concurrence avec les vins locaux) ou les vins Premium, dont la clientèle n'a pas baissé son niveau de consommation.

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
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%**	6.571,8 mhl 34,0%**	649,8 mhl 9,9%***

[Voir le tableau comparatif mondial](#)

**mhl** : milliers d'hectolitres/**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

Après avoir chuté depuis les années 1980 du fait de la campagne anti-alcool menée par le gouvernement, la consommation de vin en Russie a connu une croissance rapide et régulière pendant plus de 10 ans, jusqu'en 2011, date à partir de laquelle le pays connaît, pour des raisons d'instabilités financières, de taux de change dégradés et de difficultés économiques, une diminution lente mais régulière de sa consommation. C'est à partir de 2016 que cette consommation reprendra. Le pays sera devenu le 7ème consommateur mondial en 2020, soit un gain d'une place en un an, avec une consommation totale de 1,24 milliard de litres, en hausse de 3% par rapport à 2019 et de 2% sur l'année 2016 (Organisation internationale de la vigne et du vin, OIV, 2021). La consommation par an et par habitant du pays aura été de 8,6 litres. La Russie reste un marché de taille moyenne, représentant en 2020 4,4% de la consommation mondiale de vin, telle que calculée en 2021 par l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV).

Malgré les difficultés, le pays s'affirme toutefois comme un marché assez dynamique où le vin apparaît comme une boisson consommée de plus en plus fréquemment. Cette consommation devrait s'appuyer de plus en plus sur les productions locales.

D'une manière générale, les Russes sont de gros consommateurs d'alcool. La Russie est l'un des premiers pays du monde, en termes de consommation d'alcool, avec 10,8 litres d'équivalent d'alcool pur consommés en 2019 (OCDE, 2021). Cette consommation se fait principalement par le biais de la bière. Le pays aura été le 5ème consommateur mondial en 2019 avec 4,4% de parts de marché et plus de 57,7 litres par an et par habitant (Kirin Holdings, 2021). Néanmoins, les Russes ont tendance à consommer de plus en plus de vin. La vodka, bon marché, abandonne progressivement son titre de boisson nationale russe, et le vin gagne des parts de marché sur les spiritueux. Pour plus d'information, consulter ce [lien](#).

Evolution de la consommation	2018	2019	2020
Consommation totale de vin (milliers d'hectolitres)	11.900,0	10.000,0	12.400,0
Consommation de vin par habitant (en litres)	8,2	6,8	8,6
Part de la consommation de vin dans la consommation mondiale (en %)	4,8	4,1	4,4

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

### HABITUDES ET SPÉCIFICITÉS DE CONSOMMATION

#### Le profil du consommateur

La Russie est l'un des pays du monde où l'on consomme le plus d'alcool, même si cette tendance est en **forte réduction**, avec 9,3 litres d'alcool consommés en 2018 (The Moscow Times, 2019). Près de 20% de la population rencontre des problèmes liés à l'alcoolémie. Les Russes boivent beaucoup d'alcools traditionnels, en particulier de la vodka. Le vin est la troisième boisson alcoolisée la plus populaire après la vodka et la bière. Seulement 10% des Russes se disent connaisseurs en vin alors que 25% s'estiment débutants amateurs et 40% totalement novices.

On distingue deux types de consommateurs :

- les plus fortunés, qui connaissent le vin, voyagent beaucoup en Europe et ailleurs, fréquentent régulièrement de nombreux restaurants et participent souvent aux dégustations de vins organisées sur Moscou ou dans d'autres grandes villes. Ils apprécient le vin français car il est synonyme de luxe et de statut social élevé.

- Le second groupe, qui forme la majorité des consommateurs russes, a moins de moyens financiers, voyagent moins et fréquentent plus rarement les restaurants. Ces russes achètent leurs vins en supermarchés. Ce ne sont pas des connaisseurs et ils investissent en moyenne entre 300 et 600 roubles (3,42 et 6,84 EUR) dans une bouteille. Sur ce segment, la compétition entre vins étrangers est assez vive.

Près de 60% de la population entre 20 et 44 ans boit occasionnellement du vin et 45% sont des consommateurs réguliers. Les femmes représentent une majorité des consommateurs de vin (contre 48% d'hommes). En revanche, les hommes sont des consommateurs plus réguliers que les femmes. Les jeunes adultes (18-34 ans) sont des consommateurs réguliers. La consommation de vin est plus répandue chez les personnes ayant une éducation secondaire ou supérieure plutôt que celles disposant d'une éducation de base. Les personnes âgées de plus de 55 ans sont celles qui consomment le moins de vin. Les villes de Moscou et de Saint-Petersbourg représentent à elles seules plus de 40% de la consommation totale de vin en Russie et 80% à 85% des vins de qualité (ICEX, 2021).

Les consommateurs russes sont de plus en plus attirés par le mode de vie occidental et se tournent vers l'Europe pour suivre les modes et les tendances. Les blogueurs influencent désormais l'opinion des amateurs de vin en Russie (Business France, 2021).

Liens utiles :

- clubs œnologiques : [750ml](#) (l'un des clubs les plus importants du pays, en russe) ; [Wineconsulting](#); [Vinoclub \(en russe\)](#)

#### Le moment et le lieu de consommation

Les Russes consomment du vin essentiellement lors des fêtes et pour des occasions particulières, plutôt que pour accompagner les repas. Au niveau national, le vin est majoritairement consommé à domicile, mais en termes de valeur, le secteur de l'HORECA capte en général près de 90% des parts de marché en dehors de Moscou où par ailleurs plus de 60% des achats de vins s'effectuent en supermarché. La consommation de vins de qualité est très concentrée sur Moscou et Saint-Petersbourg captant respectivement 70% et entre 10 et 15% du marché, les autres grandes villes représentant environ 15% (ICEX, 2020). Dans les grands centres urbains et dans les hôtels haut de gamme, de plus en plus de vins sont consommés en apéritif. Les restaurants offrent de plus en plus de vins à la carte et au verre, et les **bars à vin** se développent également, en particulier à Moscou.

Toutefois 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

Historiquement, les consommateurs russes préfèrent majoritairement les vins doux et semi-doux aux vins secs. Cependant, ceux qui disposent d'une meilleure connaissance du vin optent le plus souvent pour des vins secs. Les consommateurs russes apprécient également les vins effervescents, notamment lors de fêtes et de célébrations. En 2020, 47% des vins consommés en Russie étaient des vins rouges contre 48% pour les vins blancs et pétillants, le vin rosé représentant 5% (Business France, 2021). La majorité des consommateurs sont conservateurs, restant fidèles aux vins qu'ils connaissent et apprécient, tandis qu'une minorité aime expérimenter de nouveaux types de vin.

On constate un intérêt croissant pour les vins du nouveau monde tels que le Sauvignon Blanc de Nouvelle-Zélande. Les vins portugais sont très appréciés et trouvent une place importante dans le secteur de la restauration asiatique. Le Riesling s'est forgé une place importante chez les amateurs russes. Les vermento et le grillo italiens se sont également fait une place. Le vin bio éco naturel est considéré comme une niche mais rencontre néanmoins un certain intérêt chez les jeunes consommateurs, tout comme les vins rosés. Enfin la tendance à boire du vin au courant de la journée stimule la demande de boissons à faible teneur en alcool (Business France, 2021).

Le champagne des récoltants suscite l'intérêt et progresse activement dans la carte des vins du secteur HoReCa. La Russie est le 15ème marché mondial d'exportation, en hausse de plus de 9,7% entre 2019 et 2020 (Comité Champagne, 2021).

Les critères de sélection du consommateur

Le consommateur russe sélectionne d'abord son vin en fonction du rapport qualité/prix du produit. D'après plusieurs estimations, reprises notamment par Euromonitor International en 2019, les vins de qualité standard seraient en moyenne 5 fois plus chers en Russie qu'en Europe occidentale, sous l'effet des taxes imposées sur ce produit mais surtout de la faiblesse de la monnaie nationale qui fait grimper les prix des vins importés. Toutefois, globalement, le prix d'une bouteille de vin milieu de gamme dans ce pays est entre 3,40 et 9,05 EUR avec un prix moyen s'établissant en 2021 à 5,66 EUR. Sur un marché, une bouteille de vin local de 75 cl sera vendue en moyenne environ 5 EUR alors que les marques importées le seront pour le double.

Plusieurs autres critères entrent aussi en compte :

- la propre expérience du consommateur ;
- l'avis d'un proche sur un vin ;
- le pays d'origine du vin ;
- la marque du domaine et l'étiquette de la bouteille ;
- le cépage ;
- les indications sur les rayons.

Le design d'ensemble et la présentation de la bouteille sont importants pour le consommateur. Cela peut s'expliquer par le fait que le vin reste une boisson de fête, et la bouteille présentée sur la table doit être esthétique.

Le segment de vin haut de gamme "premium" (vin entre 15 et 25 EUR) prenait de l'ampleur jusqu'à la chute du rouble et marque actuellement un temps d'arrêt dans sa progression. Pour l'instant, les vins classés premium n'occupent environ que 15% du marché du vin en Russie. Pourtant, on peut constater un intérêt croissant pour ce type de vin, notamment la couche aisée de la population qui s'intéresse de plus en plus aux caves privées. Les vins français se situent dans le segment premium et la France restait en 2019 le second fournisseur en valeur du pays avec 16,5% des parts du marché (Comtrade, 2020). Ils disposent d'une image "glamour" et de luxe. Pour de nombreux russes, ce sont des vins raffinés. Il faut se souvenir que certaines marques de vins français apparaissent dans les nouvelles de Tolstoï ou Dostoïevski.



## Production

### CARACTÉRISTIQUES DU VIGNOBLE

En 2020, le vignoble russe s'étendait sur une surface de 96.000 hectares, en hausse de 1.000 hectares sur l'année précédente, soit 1,3% de la surface mondiale des vignobles (Organisation Internationale de la Vigne et du vin - OIV, 2021).

La majeure partie du pays dispose d'un climat trop froid pour pouvoir cultiver des vignes. Seules les [régions du sud de la Russie](#) bordant la Mer Noire (détroit de Kerch, régions de Krasnodar, Stavropol et la plaine de Don) jouissent de conditions climatiques adéquates pour la vigne. C'est dans cette zone que se situe le [vignoble russe](#).

Les principaux cépages blancs sont :

- le Chardonnay ;
- le Sauvignon Blanc ;
- le Muscat.

Les principaux cépages rouges sont :

- le Cabernet Sauvignon ;
- le Merlot ;
- le Moldova ;
- le Isabella ;
- le Saperavi.

Les cépages blancs sont généralement de meilleure qualité que les cépages rouges. De plus, la viticulture est présente et se restructure par un réencépagement, en particulier dans la région de Kouban.

Evolution des superficies du vignoble	2018	2019	2020
Superficie (1000 ha)	92,0	95,0	96,0
Part de la superficie du vignoble national dans la superficie du vignoble mondial (%)	1,2	1,3	1,3

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

### PRODUCTION

La Russie aura été, en 2020, le 12ème pays producteur de vin au monde (un gain d'une place) avec 440 millions de litres produits, un volume en retrait de 4% sur l'année 2019, qui représentait 1,69% de la production mondiale en 2020 (Organisation internationale de la vigne et du vin - OIV, 2021). Le pays n'est pas auto-suffisant. La production représentant en volume 35,5% de la consommation nationale en 2020 (1,24 milliard de litres), une grande partie des besoins doit être importée. La Russie aura été en 2020 le 8ème marché mondial en volume (une perte de deux places) et le 9ème en valeur (une perte d'une place) en matière d'importation. Il faut noter qu'il n'existe pas de statistiques réellement fiables sur la production de vin en Russie, les producteurs ne déclarant qu'une partie des volumes de leur production.

En 2020, près de la moitié de la production vinicole provenait encore de l'emballage de produits importés en vrac en provenance de Géorgie, d'Italie ou encore d'Espagne, mais cette proportion est appelée à diminuer au profit de productions issues de raisins russes, notamment de Crimée. Des mesures législatives ont été adoptées par le parlement russe en 2016 afin de favoriser la production locale de vin (Euromonitor, 2017). Le vin russe commercialisé est le plus souvent jeune. Il n'existe encore que peu de domaines qui produisent du vin vieilli en chais ou en bouteille, comme le principal producteur du pays, Ariant, qui a planté en 2014 plus de 2500 hectares supplémentaires de vigne dans la région de Krasnodar au sud de la Russie, passant de 6000 à 8500 hectares. En 2020, plus de 280 domaines de production sont en exercice ([Russian Food and Drinks Market Magazine](#) & Center of Investigations of Federal and Regional Alcohol Markets-CIFRA, 2020).

Parmi les acteurs principaux de la production de vin, on notera le leader du marché avec ses marques Chateau Tamagne et Aristov, [Kuban-Vino](#), mais aussi Igristye Vina, MZVV, Viktoria TD, Fanagoriya (tous entre 3 et 4% de parts de marché, ou encore Abrau-Durso JSC (2%), dominant sur les vins effervescents (Euromonitor, 2020). Pour une liste de producteurs russes consulter ce [lien](#) vers le site de Wine searchers.

La plus grande usine de production de vins mousseux et de vins tranquilles de Russie a été inaugurée en 2009 à Krasnodar. Cette unité a une capacité de production de 75 millions de litres par an dans un premier temps, mais pourrait atteindre à terme 200 millions de litres/an, soit un tiers de la production nationale.

Evolution de la production de vin	2018	2019	2020
Production de vin (milliers d'hectolitres)	5.500,0	4.600,0	4.400,0
Part de la production nationale de vin dans la production mondiale de vin (en %)	1,9	1,8	1,7

Source : OIV Statistical Report 2021

### EXPORTATIONS

En 2020, le pays a exporté 7,31 millions de litres de vin pour une valeur totale de 9,95 millions USD. Les exportations ont augmenté de 20% en volume et de 14,1% en valeur par rapport à 2018, signe que les vins exportés ont été de moins bonne qualité et se sont vendus moins cher sur le marché, la hausse des exportations en volume étant supérieure à celle en valeur.

Entre 2018 et 2020, les exportations de vins embouteillés ont diminué de plus de 1,6% en volume et de 12,1% en valeur, les exportations de vins en vrac ont augmenté de plus de 250% en volume et de plus de 150% en valeur et les exportations de vins effervescents ont augmenté de plus de 50,2% en volume et de plus de 61% en valeur.

La majorité des vins exportés en 2020 (49,8% du volume) étaient des vins tranquilles embouteillés. Les vins effervescents représentaient 44,6% du volume des exportations et les vins en vrac 5,6%.

### Evolution des exportations de vin

	2017	2018	2019
<b>Total</b>			
• Valeur (millions USD)	8,72	7,47	9,95
• Volume (millions litres)	6,09	5,55	7,31
<b>Vins tranquilles embouteillés</b>			
• Valeur (millions USD)	5,62	4,42	4,94
• Volume (millions litres)	3,70	3,23	3,64
<b>Vins tranquilles en vrac</b>			
• Valeur (millions USD)	0,04	0,07	0,10
• Volume (millions litres)	0,04	0,13	0,14
<b>Vins effervescents</b>			
• Valeur (millions USD)	2,90	2,76	4,67
• Volume (millions litres)	2,17	1,93	3,26

Source : Comtrade

Selon les dernières données disponibles de COMTRADE, les principaux clients du pays étaient : l'Ukraine, la Chine, la Moldavie, la Chine et le Kazakhstan. L'Ukraine représentait à elle seule 44% du volume et 36,6% de la valeur des exportations de vin. La Chine était le second client du pays en volume (11,5% des parts de marché) et la Moldavie le second en valeur (14,1% des parts de marché).

Le pays a vendu des vins de moins bonne qualité à destination de l'Ukraine et du Kazakhstan, se négociant moins cher sur le marché puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des exportations (36,6% et 10,9% respectivement) étaient inférieures à celles sur le volume (44,1% et 11,2% respectivement).

A l'inverse, le pays a vendu des vins de meilleure qualité à destination de la Moldavie et de la Biélorussie, se négociant plus cher sur le marché puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des exportations (14,1% et 8,4% respectivement) dépassaient celles sur le volume (moins de 6,4% et 6,4% respectivement).

#### Les principaux clients en valeur

	Valeur (millions USD)	Part des exportations (%)
Ukraine	3,64	36,58
Moldavie	1,40	14,07
Chine	1,15	11,56
Kazakhstan	1,09	10,95
Biélorussie	0,84	8,44
Autres	1,83	18,40
Total	9,95	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2019

#### Les principaux clients en volume

	Volume (millions litres)	Part des exportations (%)
Ukraine	3,22	44,05
Chine	0,84	11,49
Moldavie	0,83	11,35
Kazakhstan	0,82	11,22
Biélorussie	0,47	6,43
Autres	1,13	15,46
Total	7,31	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2019

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



## Importation

### IMPORTATIONS

En 2020, le pays a importé 657,18 millions de litres de vin pour une valeur totale de 1.161,24 millions USD. Les importations ont augmenté de 5,1% en volume et de plus de 15,7% en valeur par rapport à 2018, signe que les vins importés ont été de meilleure qualité et se sont achetés plus cher sur le marché, la hausse des importations en volume étant bien inférieure à celle en valeur.

Entre 2018 et 2020, les importations de vins embouteillés ont augmenté de plus de 12% en volume et de plus de 16,2% en valeur, les importations de vins en vrac ont diminué de 25,8% en volume et de 20,5% en valeur et les importations de vins effervescents ont augmenté de plus de 35,7% en volume et de plus de 33,3% en valeur.

La majorité des vins importés en 2020 (68,6% du volume) étaient des vins embouteillés. Les vins en vrac représentaient 17,6% du volume des importations et les vins effervescents comptaient pour 13,8%.

### Evolution des importations de vin

	2017	2018	2019
<b>Total</b>			
• Valeur (millions USD)	1.003,69	1.051,03	1.161,24
• Volume (millions litres)	625,37	587,29	657,18
<b>Vins tranquilles embouteillés</b>			
• Valeur (millions USD)	752,12	773,22	874,22
• Volume (millions litres)	402,71	387,37	451,12
<b>Vins tranquilles en vrac</b>			
• Valeur (millions USD)	87,91	79,50	69,85
• Volume (millions litres)	155,58	120,87	115,44
<b>Vins effervescents</b>			
• Valeur (millions USD)	160,90	195,70	214,49
• Volume (millions litres)	65,63	77,70	89,08

Source : Comtrade

Selon les dernières données disponibles de COMTRADE, les principaux fournisseurs du pays étaient : l'Italie, l'Espagne, la France et la Géorgie. L'Italie représentait à elle seule 29,1% de la valeur des importations de vin pour 23,5% du volume. La France était le second fournisseur du pays en valeur (16,5% des parts de marché) et l'Espagne le premier en volume (23,8% des parts de marché) devant l'Italie.

Le pays a acheté des vins de moins bonne qualité en provenance de l'Espagne, se négociant moins cher sur le marché puisque la part de marché de ce pays sur la valeur des importations (16,1%) était inférieure à celle sur le volume (23,8%).

A l'inverse, le pays a acheté des vins de meilleure qualité en provenance de l'Italie et de la France, se négociant plus cher sur le marché puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des importations (29,1% et 16,5% respectivement) dépassaient celles sur le volume (23,8% et 9,9% respectivement).

### Les principaux fournisseurs en valeur

	Valeur (millions USD)	Part des importations (%)
Italie	337,50	29,06
France	191,88	16,52
Espagne	186,92	16,10
Géorgie	139,39	12,00
Chili	45,03	3,88
Autres	260,52	22,44
Total	1.161,24	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2019

### Les principaux fournisseurs en volume

	Volume (millions litres)	Part des importations (%)
Espagne	156,58	23,83
Italie	154,20	23,46
Géorgie	73,97	11,26
France	64,98	9,89
Moldavie	27,26	4,15

	Volume (millions litres)	Part des importations (%)
Autres	180,19	27,41
Total	657,18	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2019

## IMPORTATIONS DE VIN FRANÇAIS

La France aura été en 2019 le second fournisseur de vin en valeur de la Russie et son quatrième fournisseurs en volume. Ce pays a importé en 2019 pour une valeur totale de 191,88 millions USD de vin français (Comtrade, 2020).

Les importations de vin français auront été en 2019 de 213,9 milliers de litres pour le vin blanc et de 428,9 milliers de litres pour le vin rouge, soit un total de 642,8 milliers de litres sur ces deux catégories (Douanes Françaises, 2020). Entre 2017 et 2019, ces importations ont chuté de plus de 69,1% en volume et de plus de 62,7% en valeur (Douanes Françaises, 2020) ce qui montre que le pays a importé des vins de meilleure qualité en provenance de la France, se vendant à des prix plus importants sur le marché, la baisse des importations en volume étant supérieure à celle en valeur.

### Importations de vin français

	2017	2018	2019
<b>Total</b>			
• Valeur (milliers d'euros)	13.321,0	12.629,0	4.969,8
• Volume (milliers de litres)	2.082,0	1.566,6	642,8
<b>Blanc</b>			
• Valeur (milliers d'euros)	4.660,0	3.889,0	1.550,6
• Volume (milliers de litres)	1.082,4	764,4	213,9
<b>Rouge</b>			
• Valeur (milliers d'euros)	8.661,0	8.740,0	3.419,2
• Volume (milliers de litres)	999,6	802,2	428,9

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

La distribution de vin en Russie se caractérise par la présence de nombreux intermédiaires. La taille du pays a déterminé l'apparition de deux types de circuits de distribution :

- au niveau national, il est formé par de grands importateurs, [grossistes](#) et distributeurs de Moscou ou Saint-Petersbourg qui commercialisent le produit dans les principales villes du pays ;
- au niveau régional, le circuit de distribution est formé par des distributeurs plus petits. Le canal de distribution est donc plus long au niveau régional.

Historiquement, les entreprises productrices de vin de la région du Sud se sont rendues compte - lors de la chute du bloc soviétique - que la qualité du vin russe était faible et en même temps qu'elles avaient la possibilité d'importer du vin en vrac de meilleure qualité et à des prix économiques en provenance d'Italie et de France. Ainsi, de nombreuses anciennes "bodegas" soviétiques se sont reconverties en entreprises importatrices qui embouteillent du vin importé et le revendent ensuite sous leur propre marque russe.

De plus, il existe en Russie près de 1.500 importateurs, mais ceux qui travaillent avec réel succès sur le marché ne sont pas très nombreux. On consultera une liste de certains de ces acteurs sur ce [lien](#).

Par ailleurs, depuis le 1er janvier 2006, les licences d'importation pour les importateurs ont été supprimées et l'apposition des timbres d'accise doit être réalisée en Russie et non plus à l'étranger. Pour plus d'information, consulter ce [lien](#).

### LIEUX DE VENTE

#### Ventes au détail

Le commerce du vin au détail domine en Russie, représentant près de 90% du volume de vin commercialisés dans le pays en 2020. C'est toujours près de 80% du volume des ventes de boissons alcoolisées hors débits qui ont été effectuées, en 2019, dans les supermarchés, les hypermarchés et les discounters, et le potentiel reste entier auprès de nombreux groupes de la grande distribution russe, comme le leader [X5 Retail Group \(chaînes Pyaterochka, Perekrestok, Karusel et Perekrestok Express\)](#), [Metro](#), [Auchan](#) ou encore le groupe [SPAR. Azbuka Vkusa](#) a l'un des choix de vin les plus large. La part de ces établissements était supérieure à celles des détaillants spécialisés en vin. Afin de mieux soutenir la concurrence, les détaillants spécialisés se sont employés à offrir un environnement de qualité supérieure et un service à solide à la clientèle par l'intermédiaire de vendeurs bien formés.

Des magasins spécialisés (cavistes) ont commencé à ouvrir leurs portes en 1998. Il y en a aujourd'hui plus d'une centaine à Moscou et des dizaines en province et dans chaque grandes villes. Ces magasins sont ouverts par les importateurs de vins et spiritueux. Ils proposent des vins de moyen et haut de gamme. Ils s'adressent donc aussi à une cible qui a un plus faible pouvoir d'achat. En 2020, plus d'un consommateur sur cinq aura acheté ses vins chez un caviste ou un magasin spécialisé de ce type. Pour quelques exemples de chaînes et de magasins spécialisés, cliquer sur ce [lien](#).

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 fonctions des différentes politiques de confinements des pays - s'est ainsi reportée sur les ventes dans la grande distribution ainsi que sur le commerce du vin sur Internet.

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

Au niveau national, le vin est majoritairement consommé à domicile, mais en termes de valeur, le secteur de l'HORECA capte près de 90% des parts de marché en dehors de Moscou où 60% des achats de vins s'effectuent en supermarché. La consommation de vins de qualité est très concentrée sur Moscou et Saint-Petersbourg captant respectivement 70% et entre 10 et 15% du marché, les autres grandes villes représentant environ 15% (ICEX, 2019). Le nombre de restaurants milieu et haut de gamme est en croissance limitée à Moscou et dans les grandes capitales du pays. Moscou, avec plus de 3.000 établissements en 2019, présente un potentiel certain en ce qui concerne la vente de vin sur le créneau CHR. Les vins proposés sont de qualité supérieure, et vendus à un prix élevé. L'interdiction de la vente d'alcool la nuit dans les magasins en Russie continue à doper le secteur des hôtels, restaurants et cafés (HORECA). D'une manière générale, la vente aux cafés, hôtels et restaurants ne représente que 10% des ventes de vin en Russie, dans un contexte de baisse régulière des ventes d'alcools en général. Les vins importés de qualités sont toujours difficiles à trouver dans un secteur CHR russe qui demeure en sous-investissement et peine à se développer. Sa croissance est limitée en dehors de Moscou et Saint-Petersbourg et d'une façon générale les consommateurs ne se voient pas offrir un large choix de type de vins et de marques (Wine Australia, 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.

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. Si elle ne représente pas encore un segment majeur, 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 dominant 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 en Russie, 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 143,9 millions de personnes en 2020 soit un taux de pénétration de plus de 80,9% (IWS, 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-commerces. 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.

Le consommateur russe recherche de plus en plus d'information sur le vin sur Internet. Les producteurs de vins ont donc de réelles possibilités de présenter aux Russes leur production et les inciter à l'achat.

Le site [Wine Searcher](#) permet d'accéder à certains des acteurs du commerce vin en ligne.

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 vigneron.

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

[Wine Style](#)

[Global Wine Distribution](#)

[40 Gradusov](#)

[Best wine 24](#)

## PRIX PRATIQUÉS

Éléments constitutifs du prix De nombreux facteurs influencent les prix du vin pour les consommateurs russes, de la situation géopolitique à la dépréciation du rouble, des droits de douanes aux marges des importateurs ou encore, parfois, aux "droits d'entrée". La nouvelle loi sur la fiscalité des boissons alcoolisées a instauré en 2014 une augmentation des droits d'accise sur les vins tranquilles et les vins effervescents de +14,3% et de + 4,2% respectivement. En 2018, les deux montants sont de 18 RUB/L (0,25 EUR/L) et de 36 RUB/L (0,50 EUR/L).

La TVA est fixée à **20%** sur toutes les boissons alcoolisées, le taux étant appliqué sur le total comprenant :

- la valeur déclarée en douane ;
- le montant des droits de douane ;
- le total des droits d'accises.

Les droits de douane pour l'importation de vin sont de 12,5% (code douanier de la série 2204) et de 5% (code douanier 2204.30).

La taxe de procédure douanière s'élève à 0,15% de la valeur CIF des marchandises (il s'agit de la valeur des marchandises majorée du coût de leur transport jusqu'à la frontière avec la Russie). 0,1% est payé en roubles au taux du jour de leur arrivée et 0,05% est payé en devises. Pour plus d'information, consulter le [site Internet des douanes en anglais](#).

Des frais de contre-étiquetage obligatoire en russe sont perçus et s'élèvent à 0,5 EUR par bouteille.

La marge du détaillant s'élève à 30% environ.

Éléments constitutifs du prix de vente d'un vin français Les droits de douane pour l'importation de vin sont de 20% (code douanier de la série 2204) et de 5% (code douanier 2204.30). Pour plus d'informations, veuillez consulter le [Federal Customs Service](#).

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 7,73 EUR (Douanes Françaises, 2020).

Prix de vente pratiqué sur le marché le prix d'une bouteille de vin milieu de gamme dans ce pays est entre 3,40 et 9,05 EUR avec un prix moyen s'établissant en 2021 à 5,66 EUR. Sur un marché, une bouteille de vin local de 75 cl sera vendue en moyenne environ 5 EUR alors que les marques importées le seront pour le double. On peut dire qu'aujourd'hui il y a cinq catégories de prix sur le marché russe du vin :

- le segment le moins cher comprend le vin jusqu'à 6 EUR ;
- un vin avec un prix moyen coûte de 6 à 10 EUR la bouteille ;
- les vins sont considérés chers au delà de 10 EUR et jusqu'à 15 EUR ;
- la catégorie luxe regroupe ceux estimés entre 15 EUR et 25 EUR la bouteille ;
- la catégorie premium comprend les vins de plus de 25 EUR.

Environ 40% du volume total des ventes de vin sont vendus à un prix inférieur à 8 EUR pour une bouteille standard de 75 cl.

Une forte demande existe pour les vins chers, et ce segment est le plus intéressant pour les importateurs car il est l'un des plus importants et est en constante augmentation.

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. L'offre des vins importés dans les magasins russes est très diverse et variée et le consommateur russe n'ayant pas une grande culture du vin a parfois du mal à s'y retrouver. Aujourd'hui, pour vendre une nouvelle marque sur le marché russe, il ne suffit pas de trouver un importateur ou un distributeur : il faut penser en amont et mettre en oeuvre une stratégie de communication avec son partenaire local.

Il existe un grand nombre de [salons spécialisés](#) à travers le pays, souvent de tailles modestes et à caractère régional. Cependant on peut noter quelques exceptions avec des événements à caractère national. Il est conseillé, en particulier, de participer avec son partenaire local, aux salons se déroulant à Moscou et à Saint-Petersbourg, étapes essentielles de toute activité promotionnelle sur le marché russe. A Moscou, sont organisés : [Prodexpo](#) et [Drinks Industry / Russian Wine Fair](#).

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.

De plus, de nombreux magazines russes permettent aux producteurs étrangers de se faire connaître : [Enoteka](#) ; [Beer and Beverages](#) ; Food Processing Industry ; Wine-Making and Viticulture ; Vinomania ; Russian Grapes and Wine, etc. Pour plus d'information, consulter ce [lien](#).

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

Les salons spécialisés sur le vin

- [VINITALY RUSSIA – ST. PETERSBURG, St Petersburg, 191186, Mars 2022](#)
- [VINITALY RUSSIA – MOSCOW, Moscow 121099, Mars 2022](#)
- [DRINKS SOCHI, 354002, Sochi, Mars 2022](#)
- [LWS - LEADING WINE SHOW - RUSSIA, Moscow, 21 Mars 2022](#)
- [VINORUS.VINOTECH, 1350005, Krasnodar, Avr. 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

Les documents nécessaires à l'entrée dans le pays sont nombreux :

- une déclaration de douane (GTD) ;
- un contrat de vente ;
- un passeport du contrat ;
- des documents statutaires de la société importatrice ;
- la justification bancaire ;
- la justification fiscale ;
- les documents justifiant l'achat des timbres d'accises ;
- deux échantillons par référence ;
- un certificat de conformité du **Gosstandart** : plusieurs laboratoires russes ou étrangers sont habilités à délivrer le certificat GOST-R de conformité. Ce certificat est nécessaire à l'entrée de la marchandise sur le territoire russe. Il est valable un an pour un type de produit. Le coût de l'obtention de ce certificat peut varier en fonction du nombre de tests nécessaires ;
- un certificat d'origine ;
- un certificat d'hygiène : ce certificat garantit la conformité des produits aux normes sanitaires russes établies par le **Rospotrebnadzor** (ex-Gossanépидnadzor). Il est impératif à la mise sur le marché de tous les produits alimentaires. Ce certificat est émis normalement par les mêmes laboratoires que le certificat Gost-R ;
- les documents de transport ;
- la facture ;
- un document, "spravka k GTD" destiné aux clients (distributeurs, grossistes, détaillants) sur lequel sont mentionnés : le numéro du certificat de qualité, la provenance, le nombre de bouteilles et le poste de frontière franchi. Les différents intermédiaires dans la chaîne de distribution doivent obligatoirement avoir ce document, pour justifier de la traçabilité de la marchandise pour les services de contrôle (du producteur dans le pays d'origine jusqu'au détaillant en Russie). Six niveaux sont possibles, de l'importateur au détaillant. Cette mesure "anti-contrebande" est entrée en vigueur en juin 1996. (Ce document est délivré à l'issue du dédouanement. L'original est gardé par l'importateur, ses clients successifs n'obtiendront que des copies).

Début 2010, les douanes russes ont décidé d'instaurer une nouvelle licence pour l'importation de vin. Jusqu'ici, ce type d'autorisation ne concernait que l'importation des spiritueux. L'obtention de cette nouvelle licence devrait prendre jusqu'à 15 jours ouvrables. Jusque-là, de l'arrivée de la marchandise à Moscou jusqu'au dédouanement, il fallait compter 3 jours ouvrables en moyenne.

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 Dans un souci d'harmonie communautaire, l'Union européenne prévoit un certain nombre de dispositions :

- Le règlement **n°1493/1999/CE**, « portant organisation commune du marché vitivinicole », a pour objet de définir, au niveau de l'ensemble des pays de l'UE, une politique de production et de commercialisation des vins. Ce règlement a fait l'objet d'une série d'actes modificatifs. Les vins de l'UE étaient classés dans deux catégories au regard de cette réglementation : les vins de table et les vins de qualité produits dans une région déterminée (VQPRD). Depuis 2009, le VQPRD a été remplacé par les labels AOP (Appellation d'Origine Contrôlée) et IGP (Indication Géographique Protégée).
- Le **règlement n°1622/2000** fixe certaines modalités d'application du règlement (CE) n° 1493/1999 instituant un code communautaire des pratiques et traitements œnologiques.
- Le **règlement n°822/87 du 16 mars 1987** discipline la production vitivinicole et le commerce des vins dans toute l'Europe. Les vins produits avant le 1er août 2000 peuvent être commercialisés après cette date pour autant qu'ils satisfassent aux règles communautaires en vigueur avant cette date.
- Le **règlement n°466/2001** du 8 mars 2001 relatif aux contaminants fixe une teneur maximale en plomb de 0,2 mg par litre pour les vins tels que définis dans le règlement (CE) n° 1493/1999 du Conseil.

La nouvelle organisation commune du marché vitivinicole - la dernière OCM vitivinicole en date - est issue du **règlement (CE) n° 479/2008 du 29 avril 2008**. 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 (entrées en vigueur à partir du 1er août 2009).

Ce règlement - dont certaines modalités d'application sont fixées par le **Règlement (CE) n°607/2009** de la Commission du 14 juillet 2009 est marqué par une double orientation vers davantage d'adaptation au marché mondial, par une harmonisation nationale modulée et vers une progression de la réglementation horizontale se traduisant par l'extension des mécanismes de la PAC au secteur viticole.

En décembre 2013, le Parlement européen et le Conseil ont adopté une réforme qui harmonise, rationalise et simplifie les dispositions de la politique agricole commune (PAC). Pour le secteur du vin, les mesures et les méthodes adoptées lors de la réforme de 2008 ont été globalement maintenues.

Le 7 juillet 2016, à l'occasion d'une réunion de l'intergroupe Vin du Parlement européen, treize Etats membres ont adressé une note à la Commission européenne afin de lui demander de ne pas modifier les règles d'étiquetage concernant les appellations d'origine protégées du secteur viticole. Le Luxembourg figure parmi les signataires aux côtés des délégations d'Autriche, Chypre, Allemagne, Grèce, Espagne, France, Hongrie, Italie, Malte, Portugal, Slovaquie et Slovaquie. Quatre autres Etats membres (Bulgarie, République tchèque, Roumanie et Croatie) se sont par la suite ralliés à l'initiative, portant à 17 le nombre d'Etats membres signataires, en date du 13 juillet 2016.

Pour plus d'informations sur la réglementation européenne sur le produit, consultez [le site de la Commission européenne](#).

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

L'étiquette ou l'emballage doivent [porter en langue russe l'information sur le produit](#). Les conditionnements de petits volumes ne permettant pas l'apposition de toutes les mentions obligatoires doivent être accompagnés d'une étiquette portant les indications nécessaires.

Le décret gouvernemental n°1575 rappelle aux producteurs l'obligation d'inscrire en cyrillique diverses indications sur les produits commercialisés. L'étiquette ou l'emballage doivent porter l'information sur le produit.

L'information sur les produits alimentaires porte sur les éléments suivants :

- nom du produit en cyrillique ;
- nom, adresse du producteur en lettres latines, de l'exportateur, de l'importateur, nom du pays d'origine ;
- volume (litre) ;
- marque commerciale du producteur (s'il y a lieu) ;
- appellation d'origine ;
- titre alcoométrique (%) ;
- concentration des sucres, g/litre (sauf vins secs, vins aromatisés) ; dénomination suivant la concentration du sucre : brut, sec, demi-sec, demi-doux, doux pour les Champagnes et vins mousseux ; dénomination suivant la concentration du sucre pour les vins aromatisés : extra sec, sec, demi-sec, demi-doux, doux ;
- conditions de stockage ;
- date de mise en bouteille ou date d'habillage : pour les vins mousseux obtenus par une fermentation en bouteille, pour les grands vins vieilliss en bouteilles - sur le recto ou le verso de l'étiquette ou sur un autre élément de conditionnement ou sur la bouteille ;
- millésime (pour les grands vins) ;
- nom de l'entreprise qui a effectué la mise en bouteilles - à faire figurer sur le recto ou le verso de l'étiquette ou bien sur la capsule ;
- présence d'additifs alimentaires, de substances aromatiques, d'autres produits actifs, d'ingrédients non-traditionnels, d'éléments génétiquement modifiés (s'il y a lieu) ;
- référence à un standard ou une TU (Conditions Techniques) pour pouvoir identifier le produit ;
- information sur la certification (N° Gost selon instruction GOST R 50460) ;
- avertissement sur les dangers liés à l'abus d'alcool.

L'amendement du 23/02/2006 de l'arrêté gouvernemental N° 80 a introduit l'apposition obligatoire (sur la contre-étiquette) des informations suivantes :

- ingrédients, additifs, OGM ;
- valeur nutritionnelle (en Kcal) ;
- composition : protéines, glucides, lipides.

#### AUTRES RÉGLEMENTATIONS

L'âge légal pour la consommation d'alcool est de **18 ans**. On ne note aucune autre réglementation spécifique dans le pays.

*(\*) 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/l € 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/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