



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Πρεσβεία της Ελλάδος στο Παρίσι

Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών
Υποθέσεων

Η Αγορά Οίνων στη Γαλλία



Ιανουάριος 2026

Βανέσσα Σουλάνδρου,
Γραμματέας ΟΕΥ Β΄

Περιεχόμενα

1.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
2.	ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ	4
2.1	Εγχώρια παραγωγή	4
2.2	Περιοχές με τη μεγαλύτερη οινοπαραγωγή	6
2.3	Εξαγωγές.....	7
2.4	Τουρισμός	8
2.5	Κατανάλωση	9
2.5.1	Κατανάλωση ανά χρώμα οίνου	12
2.5.2	Κατανάλωση ανά Κατηγορία Πιστοποίησης.....	12
3.	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	14
4.	ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΑΓΟΡΑΣ	18
4.1	Κανάλια προώθησης οίνου	19
4.2	Τα χαρακτηριστικά της Μεγάλης Διανομής (Grande Distribution) στη γαλλική αγορά οίνου 20	
4.3	Τα χαρακτηριστικά του καναλιού CHR στη γαλλική αγορά οίνου	21
4.4	Τα χαρακτηριστικά του καναλιού Cavistes.....	22
4.5	Τα χαρακτηριστικά του καναλιού E-commerce και των Απευθείας Πωλήσεων (Direct-to- Consumer - D2C)	23
5.	ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	25
5.1	Νομικές απαιτήσεις.....	25
5.2	Απαιτήσεις σήμανσης	26
6.	ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΟΙΝΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΓΑΛΛΙΑΣ	29
6.1	Ιστορική Αναδρομή.....	29
6.2	Πορεία ελληνικών εξαγωγών οίνου στη Γαλλία.....	30
6.3	Δυνατότητες και ευκαιρίες για τα ελληνικά κρασιά.....	32
7.	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΟΙΝΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ	34
8.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	38

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Γαλλία παραμένει μία από τις δύο κορυφαίες οινοπαραγωγούς χώρες παγκοσμίως, αν και για το 2024 και το 2025 η κατάταξη παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις λόγω των ιδιαιτέρων κλιματικών συνθηκών. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Διεθνούς Οργανισμού Αμπέλου και Οίνου (Organisation internationale de la Vigne et du Vin - OIV) με έδρα την Ντιζόν, το 2025 η Ιταλία ανέκτησε την 1η θέση με 47,4 εκατ. εκατόλιτρα το 2025 (αύξηση 8% από το 2024 με παραγωγή 40,4 εκατ. εκατόλιτρα), με τη Γαλλία να καταλαμβάνει τη 2η θέση με 35.927 εκατ. εκατόλιτρα έναντι 36.146 εκατ. εκατόλιτρα, παρά το γεγονός ότι παραμένει ηγέτιδα δύναμη σε όρους συνολικής αξίας.

Κατά τη διετία 2024-2025, η επιφάνεια των αμπελώνων στη Γαλλία εισήλθε σε τροχιά επιταχυνόμενης μείωσης. Συγκεκριμένα, το 2024 η συνολική επιφάνεια της αμπελουργικής γης της Γαλλίας μειώθηκε σημαντικά στα 772.971 εκτάρια, κυρίως λόγω του κρατικού προγράμματος οριστικής εκρίζωσης που εφαρμόστηκε σε περιοχές όπως το Bordeaux για την αντιμετώπιση της κρίσης στις τιμές. Οι εκτιμήσεις για το 2025 -καθώς τα στοιχεία δεν έχουν οριστικοποιηθεί ακόμα- δείχνουν περαιτέρω συρρίκνωση της συνολικής έκτασης των γαλλικών αμπελώνων κατά περίπου 1,5% έως 2%, καθώς η Γαλλία προσαρμόζει το παραγωγικό της δυναμικό στις νέες συνθήκες της παγκόσμιας ζήτησης, απομακρύνοντας χιλιάδες εκτάρια από την παραγωγή.

Αντίστοιχα, η παραγωγή το 2024 κατέγραψε σημαντική πτώση, σύμφωνα με τον OIV (έκθεση Απριλίου-Νοεμβρίου 2025) και ανήλθε τελικά σε περίπου 36,1 εκατ. εκατόλιτρα αντιπροσωπεύοντας το 16% της παγκόσμιας παραγωγής. Αυτό αντιστοιχεί σε μία μείωση της τάξεως του 23,5% σε σχέση με το 2023, επιβεβαιώνοντας ότι το 2024 ήταν μία από τις χειρότερες χρονιές των τελευταίων δεκαετιών λόγω των ακραίων καιρικών φαινομένων που επικράτησαν σε διάφορες περιοχές της Γαλλίας, καθώς και διάφορων ασθενειών (π.χ. περονόσπορος) που έπληξαν τις καλλιέργειες. Οι επίσημες εκτιμήσεις του OIV και της στατιστικής υπηρεσίας Agreste του γαλλικού Υπουργείου Γεωργίας και Τροφίμων για το 2025 υπολογίζουν τη γαλλική οινική παραγωγή για το 2025 στα 35,9 εκατ. εκατόλιτρα, σημειώνοντας πτώση 1% σε σχέση με το 2024 και 16% σε σύγκριση με τον μέσο όρο της τελευταίας πενταετίας. Αυτή η επίδοση αποτελεί ιστορικό χαμηλό από το 1957 (32,5 εκατ. εκατόλιτρα), εξαιτίας του συνδυασμού καύσωνα και ξηρασίας που έπληξε τους αμπελώνες τον Αύγουστο του 2025.

Από τα τρία είδη οίνου, η παραγωγή ερυθρού οίνου δέχτηκε τη μεγαλύτερη πίεση, καθώς η ζήτηση μετατοπίζεται τα τελευταία χρόνια προς τους λευκούς, ροζέ και αφρώδεις οίνους. Παρά τη γενική πτώση, οι κατηγορίες οίνων με Προστατευμένη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ/ΑΟΠ) εξακολούθησαν να αποτελούν τον κορμό της παραγωγής (περί τα 16 εκατ. εκατόλιτρα το 2024), αν και παρουσίασαν μείωση της τάξεως του 17%.

Οι εξαγωγές παρουσίασαν σταθεροποιητικές τάσεις το 2024 σε όρους αξίας (περίπου 11,69 δισ. ευρώ), παρά τη μείωση του όγκου. Οι ΗΠΑ παραμένουν ο μεγαλύτερος αγοραστής σε αξία (αύξηση 7,9% το 2024 σε σχέση με το 2023), ενώ η αγορά της Κίνας συνεχίζει να υποχωρεί. Στον τομέα των εισαγωγών, η Ισπανία παραμένει ο κύριος προμηθευτής της Γαλλίας, κυρίως για οίνους χύμα και οίνους καθημερινής κατανάλωσης (επιτραπέζιοι οίνοι χαμηλού κόστους), με τις εισαγωγές να καταγράφουν οριακή άνοδο σε όρους αξίας λόγω του πληθωρισμού.

Εντός της ΕΕ, η Γαλλία, η Ιταλία και η Γερμανία είναι μακράν οι μεγαλύτερες αγορές κρασιού. Η Γαλλία διατηρεί τη θέση της ως η μεγαλύτερη ευρωπαϊκή χώρα κατανάλωσης κρασιού το 2024.

Η εγχώρια κατανάλωση βαίνει μειούμενη με εκτιμώμενη κατανάλωση 22,4 εκατ. εκατόλιτρα, σημειώνοντας μείωση 4,8% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

Η πλειοψηφία των νοικοκυριών να προτιμά οίνους με προστατευμένη ονομασία προέλευσης. Περαιτέρω, στο γαλλικό καταναλωτικό κοινό κυριαρχεί η τάση “πίνουμε λιγότερο, αλλά πίνουμε καλύτερα”, ενώ οι νεότεροι καταναλωτές προτιμούν λευκούς και ροζέ οίνους, καθώς και πιο ευέλικτες συσκευασίες (π.χ. φιάλες των 37,5 cl).

Η λιανική αγορά παραμένει το κύριο κανάλι διανομής οίνων, με τα σούπερ μάρκετ και τις υπεραγορές να διακινούν το 50% του όγκου, ενώ τελευταία το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) δείχνει να ενισχύεται ραγδαία, προσφέροντας εξειδικευμένες επιλογές και βιολογικούς οίνους, οι οποίοι κερδίζουν σταθερά έδαφος στις προτιμήσεις των Γάλλων.

2. ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ

2.1 Εγχώρια παραγωγή

Η γαλλική αμπελουργία παραμένει ο κεντρικός πυλώνας του αγροδιατροφικού ισοζυγίου της χώρας. Η συνολική έκταση των αμπελώνων το 2024 σταθεροποιήθηκε στα 772.971 εκτάρια καλύπτοντας το 3% της γεωργικής γης, αλλά συνεισφέροντας το 17% της συνολικής αξίας της γεωργικής παραγωγής (περίπου 14 δισ. ευρώ). Η επιφάνεια των αμπελώνων της Γαλλίας αντιστοιχεί στο 11% της παγκόσμιας αμπελουργικής έκτασης, με τη Γαλλία να κατατάσσεται στη 2η θέση παγκοσμίως σε έκταση αμπελώνων, πίσω από την Ισπανία και μπροστά από την Κίνα και την Ιταλία. Το 2025, η επιφάνεια των αμπελώνων της Γαλλίας ως προς την παγκόσμια επιφάνεια εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει μείωση. Η μικρή αυτή υποχώρηση από το παραδοσιακό 11% οφείλεται στα εκτεταμένα προγράμματα οριστικής εκρίζωσης που εφάρμοσε η Γαλλία (με στόχο τη μείωση κατά περίπου 30.000 εκτάρια έως το τέλος του έτους), την ώρα που η παγκόσμια επιφάνεια σταθεροποιείται λόγω των νέων φυτεύσεων στην Ασία και τη Νότια Αμερική.

Από τα συνολικά 95 διαμερίσματα της μητροπολιτικής Γαλλίας, τα 66 από αυτά διαθέτουν αμπελώνες, ενώ στην αμπελουργία αντιστοιχούν περίπου 500.000 θέσεις εργασίας άμεσες και έμμεσες στη Γαλλία. Ο τομέας της αμπελοκαλλιέργειας στη Γαλλία περιλαμβάνει επαγγελματίες της αμπέλου και του οίνου (αμπελοκαλλιεργητές και έμποροι), αλλά και έμμεσους εμπλεκόμενους (επιχειρήσεις υπηρεσιών και διοικητικής υποστήριξης, υπάλληλοι συνδικάτων και διοίκηση, εποχικοί εργαζόμενοι, κτλ).

Εξέλιξη επιφάνειας αμπελώνων, 2019-2024 (επιφάνεια σε χιλιάδες εκτάρια)

Έτος	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024 ποσοστό της παγκόσμιας αμπελουργικής έκτασης
Επιφάνεια αμπελώνων Γαλλίας	794.336	798.642	795.426	795.842	788.402	772.971	10,74%

Πηγή: ΟΙΥ, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Παρότι οι καλλιεργούμενες επιφάνειες με αμπέλια στη Γαλλία μειώνονται —με προγράμματα επιδοτούμενης εκρίζωσης χιλιάδων εκταρίων σε περιοχές όπως το Μπορντό— η

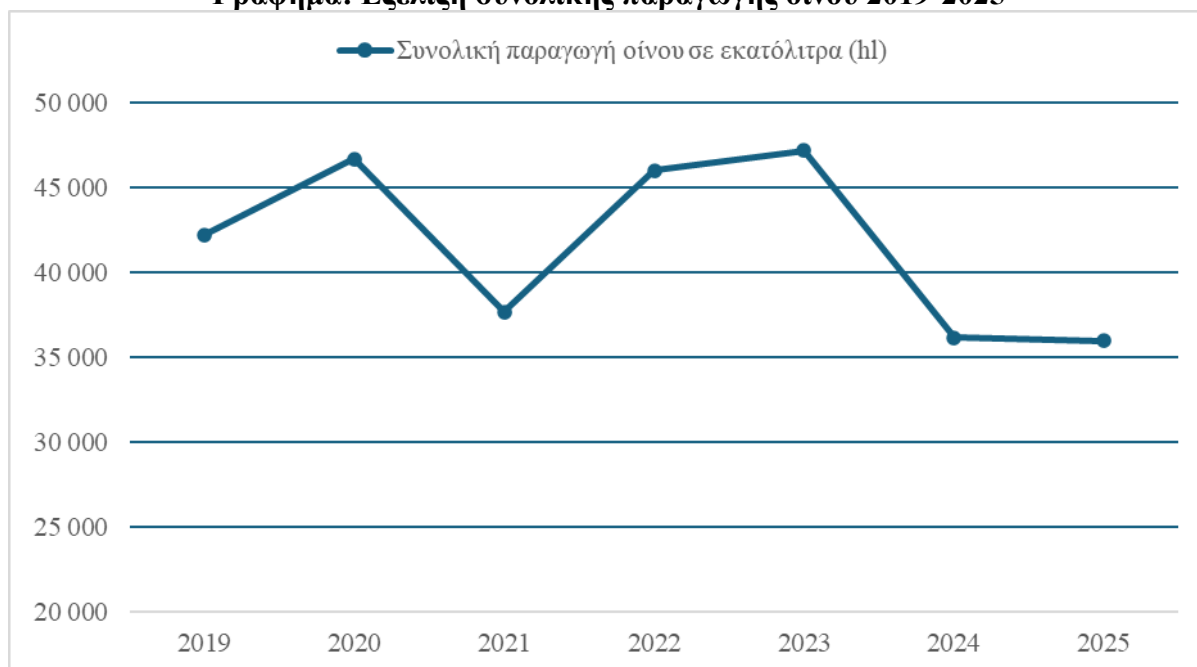
παραγωγή για το έτος 2024 σημείωσε ελεύθερη πτώση. Η συνολική παραγωγή ανήλθε σε μόλις 36,1 εκατομμύρια εκατόλιτρα το 2024, καταγράφοντας μείωση 23,3% σε σχέση με το 2023. Η επίδοση αυτή αποτελεί ένα από τα χαμηλότερα επίπεδα από τη δεκαετία του 1950, καθώς οι αμπελώνες επλήγησαν από έναν συνδυασμό παγετού, υγρασίας που προκάλεσε περονόσπορο και ακραίων βροχοπτώσεων. Αντίστοιχα, η παραγωγή οίνου το 2025 ανήλθε σε 35.927 εκατ. εκατόλιτρα παρουσιάζοντας μια οριακή μείωση της τάξεως του 0,61% σε σχέση με το 2024. Τα δύο αυτά έτη (2024 και 2025) αποτελούν μια περίοδο "μαύρου ρεκόρ" για τη γαλλική οινοπαραγωγή.

Εξέλιξη συνολικής παραγωγής οίνου 2019-2025

Έτος	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Παραγωγή οίνου σε εκατόλιτρα	42.193	46.673	37.643	45.998	47.153	36.146	35.927

Πηγή: Διεθνής Οργανισμός Αμπέλου και Οίνου (OIV), Επεξεργασία: Γραφείο OEY Παρισίων

Γράφημα: Εξέλιξη συνολικής παραγωγής οίνου 2019-2025



Πηγή: Διεθνής Οργανισμός Αμπέλου και Οίνου (OIV), Επεξεργασία: Γραφείο OEY Παρισίων

Σύμφωνα με στοιχεία της γαλλικής υπηρεσίας τελωνείων, η παραγωγή ερυθρού οίνου το 2024 κατέγραψε μείωση κατά 18,75% σε σχέση με το 2023, η παραγωγή του λευκού κατέγραψε αξιοσημείωτη πτώση της τάξεως του 24,04%, ενώ η παραγωγή του ροζέ παρουσίασε μείωση κατά 3,63%. Διαπιστώνεται ότι η παραγωγή μειώθηκε και στα τρία είδη οίνου το 2024. Ο ερυθρός οίνος σημείωσε πτώση λόγω της χαμηλής ζήτησης και εκριζώσεων αμπελώνων (ιδιαίτερα στην περιοχή του Μπορντώ), ενώ ο λευκός οίνος υπέστη τη μεγαλύτερη ποσοστιαία καθίζηση.

Εξέλιξη παραγωγής οίνου ανά είδος σε εκατόλιτρα (hl), 2023-2024

Έτος	Ερυθρός οίνος	Λευκός οίνος	Ροζέ οίνος
2023	12.833.790	13.455.272	6.902.074
2024	10.427.834	10.225.846	6.642.007

Πηγή: Γαλλική Υπηρεσία τελωνείων, Επεξεργασία: Γραφείο OEY Παρισίων

Επιπλέον, το 2024 από τη συνολική παραχθείσα ποσότητα οίνων, το 54,9% ήταν Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης, το 38,8% Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης και μόνο το 6,3% ήταν χωρίς γεωγραφική ένδειξη. Αθροιστικά, οι οίνοι με γεωγραφική ένδειξη ΠΟΠ και ΠΓΕ αποτελούν πάνω από το 90% της γαλλικής παραγωγής, εξέλιξη που επικροτεί τη στρατηγική της Γαλλίας να εστιάζει σε προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Συγκριτικός Πίνακας Παραγωγής 2023 - 2024

Κατηγορία Οίνου	Παραγωγή 2023 (σε εκατόλιτρα)	Ποσοστό 2023	Παραγωγή 2024 (σε εκατόλιτρα)	Ποσοστό 2024	Μεταβολή Όγκου (%)
ΑΟΠ (ΠΟΠ)	19.362.056	57,8%	15.024.515	54,9%	-22,4%
ΙΓΠ (ΠΓΕ)	11.729.413	35,0%	10.616.978	38,8%	-9,48%
VSIG	2.418.007	7,2%	1.713.417	6,3%	-29,14%
Σύνολο	33.509.475	100%	27.354.910	100%	-18,37%

Πηγή: Γαλλική Υπηρεσία τελωνείων, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Εξειδικεύοντας, παρατηρείται ότι το 2024 οι ΠΟΠ οίνοι παρουσίασαν πτώση σε σχέση με το 2023, η οποία οφείλεται στο γεγονός ότι οι περιοχές με τις αυστηρότερες προδιαγραφές (όπως το Μπορντώ και η Καμπανία) επλήγησαν περισσότερο από τις κλιματικές συνθήκες (περονόσπορος, παγετός), με αποτέλεσμα να μην μπορούν να φτάσουν τις συνήθεις αποδόσεις τους. Αντίθετα, η κατηγορία ΠΓΕ κατέγραψε σημαντική άνοδο στο 38,8%, γεγονός που οφείλεται στην ανθεκτικότητα των αμπελώνων στη Νότια Γαλλία (κυρίως στο Languedoc-Roussillon), οι οποίοι παράγουν το μεγαλύτερο μέρος των οίνων αυτής της κατηγορίας. Όσον αφορά τους οίνους χωρίς γεωγραφική ένδειξη (VSIG), αυτοί φαίνεται ότι παρά τη χαμηλή παραγωγή επέδειξαν σχετική σταθερότητα φτάνοντας το 6,3% της συνολικής οινικής παραγωγής, καθώς προσφέρουν μεγαλύτερη ευελιξία στους οινοπαραγωγούς για τη δημιουργία δυναμικών προσμίξεων που θα επιτρέψουν τη διασφάλιση της εμπορικής συνέχειας και της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων τους.

2.2 Περιοχές με τη μεγαλύτερη οινοπαραγωγή

Γενικά, τα διαμερίσματα με τη μεγαλύτερη οινοπαραγωγή το 2024 εντοπίζονται στη βορειοδυτική και νότια Γαλλία, και κυρίως στα παράκτια διαμερίσματα του Ατλαντικού (Gironde, Charente-Maritime, Loire-Atlantique) και της Μεσογείου (Herault, Aude, Gard, Var, Bouches-du-Rhône, Vaucluse).

Διαμερίσματα με τη μεγαλύτερη οινοπαραγωγή (σε εκατόλιτρα)

Διαμερίσματα με τη μεγαλύτερη οινοπαραγωγή	
Διαμερίσματα	Ποσότητα σε εκατόλιτρα (hl)
HERAULT	4.362.753
CHARENTE-MARITIME	4.104.835
CHARENTE	4.072.780
GIRONDE	3.646.298
AUDE	2.618.967

Διαμερίσματα με τη μεγαλύτερη οινοπαραγωγή λευκού οίνου	
Διαμερίσματα	Ποσότητα σε εκατόλιτρα (hl)
HERAULT	1.318.810
MARNE	1.306.159
GERS	837.831
AUDE	746.920
GIRONDE	593.530

Διαμερίσματα με τη μεγαλύτερη οινοπαραγωγή ροζέ οίνου	
Διαμερίσματα	Ποσότητα σε εκατόλιτρα (hl)
HERAULT	1.419.588
VAR	1.014.846
GARD	995.682
AUDE	516.299
BOUCHES-DU-RHONE	428.168

Διαμερίσματα με τη μεγαλύτερη οινοπαραγωγή ερυθρού οίνου	
Διαμερίσματα	Ποσότητα σε εκατόλιτρα (hl)
GIRONDE	2.747.611
HERAULT	1.526.081
AUDE	1.321.176
GARD	1.007.514
VAUCLUSE	960.818

Πηγή: Γαλλική Υπηρεσία Τελωνείων, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

2.3 Εξαγωγές

Παρά τη δύσκολη παραγωγική χρονιά (τη χαμηλότερη από το 1957), ο οίνος παραμένει ο «στυλοβάτης» του γαλλικού εμπορίου. Ο τομέας του οίνου παραμένει ο πρώτος σε αξία εξαγωγών στον αγροτοδιατροφικό τομέα, ξεπερνώντας άλλους ισχυρούς κλάδους όπως τα γαλακτοκομικά και τα σιτηρά, ενώ σε συνολικό επίπεδο της γαλλικής οικονομίας ο κλάδος των οίνων (και αποσταγμάτων) αποτελεί τον τρίτο πιο δυναμικό εξαγωγικό τομέα της χώρας, μετά τον κλάδο της αεροναυπηγικής και των καλλυντικών.

Περαιτέρω, το 2024 ο κλάδος του οίνου παρουσίασε κύκλο εργασιών 92 δισ. ευρώ με προστιθέμενη αξία 32 δισ. ευρώ, ήτοι ποσοστό 1,4% του γαλλικού ΑΕΠ, ενώ και η συνεισφορά του στα φορολογικά έσοδα του κράτους έφτασε περίπου 6,4 δισ. ευρώ με τα μισά να προέρχονται από την πληρωμή του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ).

Γαλλικές εξαγωγές οίνου 2019-2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Αξία σε ευρώ	9.775.871.850	8.720.215.142	11.078.058.304	12.283.872.424	11.964.038.108	11.686.381.403
Ποσότητα σε 100kg	14.898.476,23	14.149.478,92	15.157.183,02	14.431.184,09	13.255.748,24	13.295.045,59

Πηγή: Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, οι γαλλικές εξαγωγές οίνου (Κωδικός Συνδυασμένης Ονοματολογίας 2204 - Κρασιά από νωπά σταφύλια, στα οποία περιλαμβάνονται και τα εμπλουτισμένα με αλκοόλη κρασιά. Μούστος σταφυλιών άλλος από εκείνον της κλάσης 2009) ανήλθαν το 2024 σε 11,7 δισ. ευρώ, αξία μειωμένη κατά 2,32% σε σχέση με το 2023 και 1,3 εκ. τόνους ποσότητα με οριακή αύξηση της τάξεως του 0,30% σε σχέση με το 2023. Συμπεραίνεται, λοιπόν, ότι η Γαλλία αν και εξήγαγε ελαφρώς μεγαλύτερη ποσότητα οίνου το 2024, τα συνολικά

έσοδα μειώθηκαν. Παρά τη συνολική θετική τάση από το 2019, τα τελευταία δύο έτη (2023-2024) η αξία των εξαγωγών βρίσκεται σε σταθερή τροχιά υποχώρησης με έναν μέσο ρυθμό μείωσης - 2,46% ετησίως.

Όσον αφορά στη γεωγραφική κατανομή των αγοραστών γαλλικών οίνων, το 58,2% της αξίας των γαλλικών εξαγωγών οίνου κατευθύνθηκε στις χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης με τις ΗΠΑ να αναδεικνύονται ο μεγαλύτερος εισαγωγέας γαλλικών οίνων, απορροφώντας το 20.23% των συνολικών εξαγωγών ήτοι 2,4 δισ. ευρώ. Στη δεύτερη θέση βρέθηκε το Ηνωμένο Βασίλειο (12,7%, 1,5 δισ. ευρώ), ακολουθούμενο από την Γερμανία (6,63%, 774 εκ. ευρώ), το Βέλγιο (5,52%, 645 εκ. ευρώ), την Ιαπωνία (5,43%, 634 εκ. ευρώ) και τον Καναδά (4,02%, 469,8 εκ. ευρώ). Την πρώτη δεκάδα συμπληρώνουν η Ελβετία (4,01%, 469 εκ. ευρώ), η Ολλανδία (3,73%, 435,4 εκ. ευρώ), η Σιγκαπούρη (3,51%, 410 εκ. ευρώ), ενώ στην δέκατη θέση βρέθηκε η Κίνα (3%, 350 εκ. ευρώ).

10 σημαντικότεροι αγοραστές γαλλικού οίνου

A/A	Εμπορικοί Εταίροι	2023		2024		Μερίδιο 2024		Μεταβολή 2024/2023	
		Αξία σε ευρώ	Ποσότητα σε 100kg	Αξία σε ευρώ	Ποσότητα σε 100kg	Προς αξία	Προς ποσότητα	Αξίας	Ποσότητας
	Κόσμος	11.964.038.108	13.255.748,24	11.686.381.403	13.295.045,59	100,00%	100,00%	-2,32%	0,30%
	Χώρες ΕΕ	3.679.395.687	6.533.916	3.610.618.679	6.466.337	30,90%	48,64%	-1,87%	-1,03%
	Τρίτες Χώρες	8.284.642.421	6.721.833	8.075.762.724	6.828.709	69,10%	51,36%	-2,52%	1,59%
1	ΗΠΑ	2.191.333.147	1.662.946	2.364.728.766	1.811.806	20,23%	13,63%	7,91%	8,95%
2	Ην. Βασίλειο	1.553.766.452	1.443.878	1.484.053.393	1.483.123	12,70%	11,16%	-4,49%	2,72%
3	Γερμανία	849.585.181	1.860.272	774.474.978	1.820.600	6,63%	13,69%	-8,84%	-2,13%
4	Βέλγιο	671.232.245	1.356.561	645.308.548	1.368.810	5,52%	10,30%	-3,86%	0,90%
5	Ιαπωνία	665.111.525	492.282	634.399.894	501.339	5,43%	3,77%	-4,62%	1,84%
6	Καναδάς	462.143.381	583.071	469.802.031	603.944	4,02%	4,54%	1,66%	3,58%
7	Ελβετία	534.903.491	383.278	469.095.214	365.371	4,01%	2,75%	-12,30%	-4,67%
8	Ολλανδία	440.123.335	1.104.499	435.444.514	1.044.319	3,73%	7,85%	-1,06%	-5,45%
9	Σιγκαπούρη	517.786.348	143.042	410.051.005	117.947	3,51%	0,89%	-20,81%	-17,54%
10	Κίνα	426.572.643	527.968	350.019.462	424.881	3,00%	3,20%	-17,95%	-19,53%

Πηγή: Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Όσον αφορά τη χώρα μας, η Ελλάδα βρέθηκε στην 34η θέση των εισαγωγέων γαλλικού οίνου με συνολική αξία 35,2 εκ. ευρώ, αντιπροσωπεύοντας το 0,3% των συνολικών εξαγωγών γαλλικού οίνου.

2.4 Τουρισμός

Πέραν του αδιαμφισβήτητου ρόλου της στη χωροταξία του τοπίου και στη διατήρηση του αγροτικού δυναμικού, η αμπελουργία παίζει ρόλο-κλειδί για την πρώτη οικονομική δραστηριότητα στη Γαλλία, τον τουρισμό. Σήμερα, ο οινοτουρισμός αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς κλάδους, καθώς συνεισφέρει περίπου 5,2 δισ. ευρώ στην εθνική οικονομία.

Σύμφωνα με τα επικαιροποιημένα στοιχεία από την Intervin και τους επίσημους φορείς του κλάδου του τουρισμού (Atout France), το προφίλ των επισκεπτών έχει εξελιχθεί, με τους Γάλλους να αποτελούν το 58% των οινοτουριστών και τους αλλοδαπούς το 42%, οι οποίοι εμφανίζουν και υψηλότερη μέση δαπάνη. Οι περιοχές που παραμένουν στην κορυφή της επισκεψιμότητας, συγκεντρώνοντας το μεγαλύτερο ενδιαφέρον, είναι το Μπορντό, η Καμπανία, η Αλσατία και η Βουργουνδία, οι οποίες εξακολουθούν να αποτελούν τους τέσσερις βασικούς πυλώνες του γαλλικού

οινοτουριστικού προϊόντος. Σημειώνεται ότι η Γαλλία διαθέτει περισσότερα από 10.000 επισκέψιμα κελάρια και περίπου 12 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως¹.

Περαιτέρω, παρά τη μείωση της παραγωγής οίνου, η τουριστική πτυχή της αμπελουργίας παραμένει ανθεκτική, λειτουργώντας ως σημαντική πηγή εσόδων απευθείας από το κελάρι (*vente directe*), που βοηθά τους παραγωγούς να αντισταθμίσουν τη μείωση της αξίας των εξαγωγών κατά 2,32%. Επιπρόσθετα, ο τομέας στηρίζει περί τις 31.000 θέσεις εργασίας πλήρους απασχόλησης συμβάλλοντας στη ζωντάνια των αγροτικών περιοχών.

2.5 Κατανάλωση

Οι Γάλλοι διαθέτουν μία ιδιαίτερη σχέση με το κρασί και την κατανάλωσή του. Σύμφωνα με μελέτες, το 94% των Γάλλων θεωρούν το κρασί ως μέρος της ιδιαίτερης πολιτιστικής τους ταυτότητας, ενώ το 84% θεωρεί το κρασί ως αναπόσπαστο μέρος του γαλλικού τρόπου ζωής. Επίσης, το 92% των Γάλλων εκτιμούν ότι ο κλάδος του οίνου συνεισφέρει καθοριστικά στην εξαγωγική δραστηριότητα της χώρας, ενισχύει τα δημόσια οικονομικά και δημιουργεί θέσεις εργασίας. Το 88% των Γάλλων συνδέουν τις αξίες του κρασιού με την κοινωνικότητα, ενώ το 93% πιστεύουν ότι οι αμπελουργοί διαθέτουν ιδιαίτερη τεχνογνωσία η οποία πρέπει να προστατευθεί και να διατηρηθεί².

Τις τελευταίες δεκαετίες οι Γάλλοι καταναλώνουν όλο και μικρότερες ποσότητες οίνου, μία τάση που δείχνει να επιδεινώθηκε περαιτέρω τη διετία 2024-2025. Το 2024 η κατανάλωση στη Γαλλία μειώθηκε στα 22,4 εκ. εκατόλιτρα έναντι 23,5 εκ. εκατόλιτρων το 2023 σημειώνοντας μείωση της τάξεως του 4,8% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά³. Παρά τη μείωση του όγκου, η μέση τιμή ανά αγορά αυξάνεται, ενώ αυξάνεται η ποιότητα του καταναλισκόμενου οίνου με τους Γάλλους να καταναλώνουν λιγότερο, αλλά καλύτερης ποιότητας οίνους υιοθετώντας το σύνθημα “less but better”.

Η συνολική κατανάλωση παρουσιάζει πτωτική πορεία διαχρονικά. Μάλιστα παρατηρείται ότι η πτωτική τάση δεν είναι απλά συνεχής αλλά και επιταχυνόμενη με τη συνολική ποσοστιαία μείωση να είναι περίπου 17,6% την τελευταία δεκαετία και 10,4% την τελευταία πενταετία, ενώ και η μέση ετήσια μεταβολή κατά την τελευταία δεκαετία να είναι 1,9% ανά έτος και αντίστοιχα 2,6% ανά έτος για την τελευταία πενταετία. Ειδικότερα, το 2020 παρατηρείται μία σημαντική ‘βουτιά’ στα 23.2 χιλ. hl, η οποία πιθανώς σχετίζεται με την πανδημία του κορωνοϊού, με την κατανάλωση να μην επανέρχεται έκτοτε στα επίπεδα του 2016-2017.

Επιπλέον, όσον αφορά την οικιακή κατανάλωση, τα διαθέσιμα στοιχεία της διεθνούς εταιρείας ερευνών Kantar και της FranceAgriMer δείχνουν ότι η οικιακή κατανάλωση οίνου στη Γαλλία για το 2024 διαμορφώθηκε στην περιοχή των 8-9 εκατομμυρίων εκατόλιτρων (Mhl). Η αγορά κατέγραψε πτώση της τάξεως του 4% στον όγκο, γεγονός που επιβεβαιώνει τη συνεχιζόμενη δομική μείωση της κατανάλωσης, η οποία επηρεάζει κυρίως την κατηγορία του κόκκινου οίνου. Παράλληλα, σημειώθηκε ανάλογη πτώση -4% και στην αξία των πωλήσεων, μια εξέλιξη που διαφοροποιείται από τις τάσεις των προηγούμενων ετών· ενώ παλαιότερα ο πληθωρισμός συγκρατούσε τα έσοδα παρά τη μείωση της κατανάλωσης, το 2024 οι καταναλωτές στράφηκαν πλέον σε εμφανώς οικονομικότερες επιλογές, επηρεάζοντας άμεσα τον συνολικό τζίρο του κλάδου.

1. <https://www.vinetsociete.fr/wp-content/uploads/2025/02/Chiffres-cles-filiere-Vin-02-2025-3.pdf>

2. <https://www.vinetsociete.fr/etude/barometre-francais-vin/>

3. <https://www.oiv.int/fr>

Διαχρονική εξέλιξη κατανάλωσης, 2016-2024
(κατανάλωση σε χιλ. hl)

Έτος	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Κατανάλωση	28.290	28.634	26.028	24.714	23.202	24.872	24.721	23.532	22.408

Πηγή: ΟΙΥ, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Όσον αφορά την κατά κεφαλήν κατανάλωση, αυτή παρουσιάζει διαχρονικά την τελευταία οκταετία σημαντική πτώση. Σύμφωνα με στοιχεία του Διεθνούς Οργανισμού Αμπέλου και Οίνου, η κατανάλωση οίνου ανά άτομο μειώθηκε κατά 23,7% την περίοδο 2016-2024. Αυτό σημαίνει ότι το 2024 οι Γάλλοι κατανάλωσαν ¼ λιγότερο κρασί σε σχέση με το 2016.

Διαχρονική εξέλιξη κατά κεφαλήν κατανάλωσης, 2016-2024
(κατανάλωση σε lt)

Έτος	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Κατανάλωση	53,1	53,4	48,3	45,6	42,6	45,5	45	42,6	40,5

Πηγή: ΟΙΥ, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία, διαπιστώνεται ότι τα τελευταία χρόνια η γαλλική αγορά οίνου βρίσκεται σε μία φάση διαρθρωτικής αλλαγής, με την κατανάλωση αφενός να μειώνεται ποσοτικά, αφετέρου να μετασχηματίζεται ποιοτικά, δημογραφικά και κοινωνικά. Όπως ήδη αναφέρθηκε, το 2024 η συνολική κατανάλωση μειώθηκε στα 22,4 εκ. εκατόλιτρα, ενώ και η μέση ετήσια κατανάλωση ανά κάτοικο έχει υποχωρήσει στα 40,5 λίτρα, όταν δεκαετίες πίσω (δεκαετία 1960) ξεπερνούσε τα 120 λίτρα.

Η γαλλική αγορά οίνου χαρακτηρίζεται από το φαινόμενο της “απο-κατανάλωσης” (de-consumption) σε όγκο, και της στροφής στην ποιοτική αναβάθμιση (premiumization). Το 77% των Γάλλων (ποσοστό μειωμένο σε σχέση με το παρελθόν) θεωρεί το κρασί ως ένα ευγενές προϊόν, ενώ το 11% το συνδέει με ειδικές περιστάσεις και επίσημες εκδηλώσεις.

Αν και το 85% των Γάλλων συνδέει το κρασί με το γεύμα, το κρασί έχει μετατραπεί από βασικό διατροφικό αγαθό -και μάλιστα σε κάθε γεύμα- (boisson de table) σε πολιτισμικό αγαθό απόλαυσης (boisson de plaisir). Η κοινωνική τάση μετατοπίζεται από την «τακτική» στην «περιστασιακή» κατανάλωση. Σήμερα, το 11% των Γάλλων πίνει κρασί σε καθημερινή βάση, ενώ το 37% του πληθυσμού δηλώνει πλέον ότι δεν καταναλώνει καθόλου οίνο. Επιπλέον, αναδύεται η κοινωνική τάση των "No-Lo" και ειδικά των αφρωδών "No-Lo" (οίνοι με καθόλου ή με χαμηλούς βαθμούς αλκοόλ), με το 32% των Γάλλων να δηλώνει ενδιαφέρον για αυτά, αντανακλώντας μια ευρύτερη στροφή προς την ευεξία και τον υγιεινό τρόπο ζωής.

Οι Γάλλοι εφαρμόζουν πλέον το δόγμα “buvons moins, buvons mieux” (“πίνουμε λιγότερο, αλλά επιλέγουμε καλύτερη ποιότητα”). Οι καταναλωτές αγοράζουν λιγότερο και σε γενικές γραμμές παραμένουν προσανατολισμένοι σε χαμηλές και μεσαίες τιμές. Ωστόσο, σε σχέση με το παρελθόν είναι πλέον διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερη τιμή ανά φιάλη, προκειμένου να εξασφαλίσουν υψηλότερη ποιότητα, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από τους όγκους των πωλήσεων στα σούπερ μάρκετ που μειώθηκαν κατά 4% το 2024, αν και η μέση τιμή ανά φιάλη παρουσιάζει αυξητική τάση.

Όσον αφορά τις ζώνες τιμής των καταναλισκόμενων οίνων, το συντριπτικό μερίδιο καταλαμβάνουν οι οίνοι με τιμή κάτω των 3 ευρώ/φιάλη (60%-65%). Ακολουθούν οι οίνοι με τιμή που κυμαίνεται μεταξύ 3-6 ευρώ/φιάλη με μερίδιο 25%-30%, οι οίνοι με τιμή μεταξύ 6-10 ευρώ/φιάλη με μερίδιο 5%-8%, ενώ οι οίνοι με τιμή άνω των 10 €/φιάλη καταλαμβάνουν μόλις το

1%-2% των αγορών των νοικοκυριών.

Κατανομή Όγκου Πωλήσεων Οίνου ανά Τιμή Φιάλης για το 2024

Εύρος Τιμής (ανά φιάλη 75cl)	Μερίδιο Όγκου Πωλήσεων (%)	Κυρίαρχες Κατηγορίες / Χαρακτηριστικά
Κάτω από 3€	60% – 65%	Οίνοι χωρίς γεωγραφική ένδειξη (Vins de France), ορισμένοι οίνοι ΠΓΕ (IGP).
3€ έως 6€	25% – 30%	Το μεγαλύτερο μέρος των ΠΓΕ (IGP) και προσιτοί οίνοι ΠΟΠ (AOP).
6€ έως 10€	5% – 8%	Ποιοτικοί οίνοι ΠΟΠ (AOP) και σημαντικό μερίδιο Βιολογικών οίνων.
Άνω των 10€	1% – 2%	Premium οίνοι ΠΟΠ. (Το ποσοστό είναι χαμηλό στα σούπερ μάρκετ, αλλά πολύ υψηλότερο στις εξειδικευμένες κάβες).

Πηγή: FranceAgriMer, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Η μέση τιμή ανά λίτρο στα σούπερ μάρκετ διαμορφώθηκε το 2024 στα 5,23 ευρώ με αύξηση της τάξεως περίπου του 3% λόγω του πληθωρισμού, που αντιστοιχεί σε περίπου 3,92 ευρώ ανά φιάλη των 75cl.

Όσον αφορά τη μέση τιμή ανά λίτρο και ανά φιάλη αντίστοιχα ανά χρώμα, αυτές διαμορφώθηκαν το 2024 ως εξής:

Μέσες Τιμές ανά Χρώμα Οίνου (Στοιχεία 2024)

Χρώμα Οίνου	Μέση Τιμή ανά Λίτρο (€/lt)	Μέση Τιμή ανά Φιάλη 0,75cl
Λευκός Οίνος	6,10€	4,57€
Ερυθρός Οίνος	5,60€	4,20€
Ροζέ Οίνος	4,00€	3,00€

Πηγή: FranceAgriMer, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Σύμφωνα με στοιχεία της FranceAgriMer, τα νοικοκυριά, των οποίων τα μέλη έχουν ηλικία άνω των 50 ετών αποτελούν την πλειοψηφία των αγοραστών οίνου, πραγματοποιώντας το 78%-80% των συνολικών αγορών οίνου για οικιακή χρήση. Οι καταναλωτές αυτής της ηλικιακής ομάδας διατηρούν την κουλτούρα του κρασιού ως καθημερινού συνοδευτικού στο τραπέζι, αν και παρουσιάζουν τη χαμηλότερη μέση δαπάνη ανά μονάδα προϊόντος, με τη μέση τιμή φιάλης να διαμορφώνεται στα κάτω από τα τρία ευρώ, καθώς προτιμούν οικονομικές λύσεις και μεγάλες συσκευασίες (όπως το Bag-in-Box).

Από την άλλη, η ομάδα των νέων κάτω των 35 ετών δεν αντιπροσωπεύει παρά μόνον το 6% των συνολικών αγορών. Η κοινωνική αυτή ομάδα έχει αποσυνδέσει το κρασί από το καθημερινό γεύμα, μετατρέποντάς το σε προϊόν «εμπειρίας» και περιστασιακής απόλαυσης. Παρόλα αυτά, οι καταναλωτές κάτω των 35 ετών είναι εκείνοι που επιλέγουν ακριβότερους οίνους (3,6 ευρώ - 3,7 ευρώ/φιάλη). Υπογραμμίζεται ότι για τους καταναλωτές αυτής της ηλικιακής ομάδας η επιλογή οίνου επηρεάζεται από κοινωνικές αξίες όπως η βιωσιμότητα, η βιολογική παραγωγή ή η αισθητική της ετικέτας.

2.5.1 Κατανάλωση ανά χρώμα οίνου

Περαιτέρω, η αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά των Γάλλων αποτυπώνεται ανάγλυφα στην εξέλιξη των πωλήσεων ανά χρώμα οίνου. Ο άλλοτε κυρίαρχος ερυθρός οίνος υφίσταται τη μεγαλύτερη πίεση, καταγράφοντας ετήσια πτώση 7% σε όγκο για το 2024, καθώς θεωρείται πλέον "βαρύς" για τις σύγχρονες διατροφικές συνήθειες και αντιπροσωπεύει πλέον το 43% της αγοράς. Αντίθετα, ο λευκός και ο ροζέ οίνος εναρμονίζονται πλήρως με το σύγχρονο κοινωνικό πρότυπο του "απεριτίφ", των ελαφρύτερων και πιο ευέλικτων γευμάτων και της αυξανόμενης τάσης για υγιεινή διαβίωση (health-consciousness). Η τάση αυτή οδηγεί σε μια αναδιανομή των μεριδίων, με την κατανομή των πωλήσεων σε όγκο για την οικιακή κατανάλωση να διαμορφώνεται ως εξής: 43% για τον ερυθρό, 33% για τον ροζέ και 24% για τον λευκό οίνο (συμπεριλαμβανομένων των αφρώδων). Ως εκ τούτου, η κατανομή των πωλήσεων σε όγκο διαμορφώνεται ως εξής:

Ποσοστιαία κατανομή ανά χρώμα οίνου (2024)

Χρώμα Οίνου	Ποσοστιαία Κατανομή ανά Χρώμα
Ερυθρός	43%
Ροζέ	33%
Λευκός (και αφρώδη)	24%

Πηγή: FranceAgriMer, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

2.5.2 Κατανάλωση ανά Κατηγορία Πιστοποίησης

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Εθνικού Οργανισμού Αγροτικών Προϊόντων και Προϊόντων Αλιείας FranceAgriMer και της Εθνικής Επιτροπής Διεπαγγελματικών Οργανώσεων Οίνων Ονομασίας Προέλευσης και Γεωγραφικής Ένδειξης (CNIV) για το 2024, η κατανάλωση οίνου στη Γαλλία ανά κατηγορία πιστοποίησης παρουσιάζει μία εικόνα γενικευμένης μείωσης. Η πτώση επηρεάζει όλα τα τμήματα της αγοράς, με τις ονομασίες προέλευσης να δέχονται τις μεγαλύτερες πιέσεις λόγω τιμής και αλλαγής συνθηκών. Η κατανάλωση οίνου ανά κατηγορία πιστοποίησης παρουσιάζει μία σαφή μετατόπιση προς πιο οικονομικές επιλογές και ελαφρύτερα κρασιά.

Οι οίνοι Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε. αποτελούν τον κύριο κορμό της κατανάλωσης. Παρόλο που όγκοι των **οίνων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης** (Α.Ο.Π. - Appellation d'Origine Protégée) μειώθηκαν (περίπου -7% στα κόκκινα), η αξία τους παραμένει υψηλή. Οι οίνοι αυτοί έχουν τη μεγαλύτερη μέση τιμή, με συνεχή τάση ανόδου της αξίας τους παρά τη μείωση του όγκου πωλήσεων. Αναλυτικότερα, οι οίνοι Π.Ο.Π. (ΑΟΠ - Appellation d'Origine Protégée) παραμένουν η κυρίαρχη κατηγορία σε αξία, και αντιπροσωπεύουν περίπου το 45%-50% των συνολικών πωλήσεων σε όγκο, αλλά δέχονται τις μεγαλύτερες πιέσεις, ειδικά στα ερυθρά κρασιά. Τα ροζέ και κυρίως τα λευκά κρασιά παρουσιάζουν επίσης μείωση σε όγκο, αλλά επωφελούνται από καλύτερη αξία (μόνο -2% σε αξία σε σχέση με τον μέσο όρο τριών ετών για τα ροζέ).

Αξίζει να σημειωθεί πως η κατηγορία των Champagne (που υπάγεται στα Π.Ο.Π.) υπέστη τη μεγαλύτερη μείωση το 2024 (-10% σε όγκο και -6% σε αξία), λόγω της μείωσης της αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών. Αντίθετα, τα άλλα αφρώδη ΑΟΠ (όπως το Crémant) παρέμειναν σχετικά σταθερά (+1%).

Οι οίνοι Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης Π.Γ.Ε. (IGP - Indication Géographique

Protégée) εμφανίζουν το 2024 τη μεγαλύτερη ανθεκτικότητα, καθώς προσφέρουν καλή σχέση ποιότητας-τιμής. Αν και ο συνολικός όγκος πωλήσεων υποχώρησε ελαφρώς (-4%) με τους οίνους Π.Γ.Ε. να καταλαμβάνουν μερίδιο όγκου περί 25%-30% το 2024, και -2% σε αξία σε σχέση με το 2023. Επισημαίνεται ότι ειδικά οι λευκοί οίνοι IGP επέδειξαν σταθερότητα ή και ελαφρά αύξηση, (+1,5%) λόγω της τάσης για κατανάλωση ως απεριτίφ. Άνοδος παρατηρήθηκε ειδικά σε συσκευασίες Bag-in-Box (BiB) 3 λίτρων, οι οποίες αυξήθηκαν κατά +11% σε σχέση με τον μέσο όρο της τελευταίας τριετίας.

Η κατηγορία των οίνων χωρίς Γεωγραφική Ένδειξη (VSIG-Vins sans Indication Géographique ή Vins de France), γνωστή και ως «επιτραπέζιοι οίνοι», παρέμεινε σχετικά σταθερή σε όγκο (+2%) και σε αξία (+5%) το 2024⁴ σε σχέση με το 2023 και αποτέλεσαν περίπου το 6% με 7% του συνολικού όγκου παραγωγής και κατανάλωσης, λειτουργώντας ως μια πιο προσιτή οικονομικά επιλογή. Η κατηγορία αυτή παρουσίασε άνοδο στις συναλλαγές χύμα (+16% έως +28% ανάλογα με την περίοδο), καθώς οι καταναλωτές αναζητούν τις πιο φθηνές δυνατές επιλογές και τείνουν να εγκαταλείψουν τους υψηλότερης τιμής οίνους Π.Γ.Ε. (φαινόμενο του "trading down").

Μεταβολή όγκου πωλήσεων ανά Κατηγορία Πιστοποίησης Οίνου

Κατηγορία	Μεταβολή Όγκου (2024/2023)	Κύρια Τάση
Σύνολο Αγοράς	-4%	Συνεχιζόμενη διάβρωση κατανάλωσης
ΠΟΠ (AOP)	-6,9% (μέσος όρος)	Ισχυρή πίεση στα κόκκινα κρασιά
ΠΓΕ (IGP)	-4%	Σταθερότητα στα λευκά, πτώση στα κόκκινα
VSIG (Vins de France)	Σταθερό	Αντοχή λόγω χαμηλότερης τιμής
Champagne	-9,2%	Στροφή σε φθηνότερα αφρώδη

Πηγή: FranceAgriMer, CNIV. Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Όσον αφορά τους **βιολογικούς οίνους**, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του FranceAgrimer, το 2024 παρατηρήθηκε μια αυξανόμενη δυναμική των βιολογικών οίνων ΠΓΕ (IGP), καθώς οι καταναλωτές δείχνουν να αναζητούν καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής, δεδομένου ότι τα βιολογικά προϊόντα παραμένουν κατά μέσο όρο 30-50% ακριβότερα από τα συμβατικά. Παρά την εκρηκτική άνοδο των προηγούμενων ετών, το μερίδιο των βιολογικών οίνων στις συνολικές αγορές των νοικοκυριών σταθεροποιήθηκε πλέον στο 9%. Ωστόσο, το 2024 καταγράφεται για πρώτη φορά μια ελαφριά κάμψη, καθώς ο πληθωρισμός περιόρισε τις αγορές προϊόντων με υψηλό premium τιμής. Η αγοραστική συμπεριφορά παρέμεινε σχετικά σταθερή, με τον μέσο αγοραστή να καταναλώνει περίπου 5 έως 6 φιάλες ετησίως. Το καταναλωτικό κοινό τους είναι διευρυμένο σε όλα τα ηλικιακά κλιμάκια, με μια διακριτή υπεροχή στις ηλικίες 25-45 (Millennials), λόγω αυξημένης ευαισθησίας σε θέματα περιβάλλοντος και υγείας (health-consciousness), αλλά και στους άνω των 60 ετών, οι οποίοι διαθέτουν το απαραίτητο διαθέσιμο εισόδημα για την υποστήριξη ακριβότερων επιλογών.

4. Το 2024 παρατηρήθηκε άνοδος στις τιμές των ποικιλιακών οίνων (vins de cépage).

3. ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Το 2024 η Γαλλία εισήγαγε 5.581.367,18 χιλ. τόνους οίνου συνολικής αξίας 911.599.406 εκ. ευρώ. Οι συνολικές ποσότητες που εισήχθησαν ήταν κατά 8,69% μειωμένες σε σχέση με τις αντίστοιχες του 2023, ενώ και η αξία τους ήταν μειωμένη κατά 7,33%. Παρατηρείται, λοιπόν, ότι η αξία μειώθηκε λιγότερο (-7,33%) από ό,τι η ποσότητα (-8,69%), γεγονός που υποδηλώνει μια μικρή αύξηση στη μέση τιμή, η οποία συγκράτησε κάπως την πτώση των εσόδων παρά τη μεγαλύτερη μείωση στον όγκο.

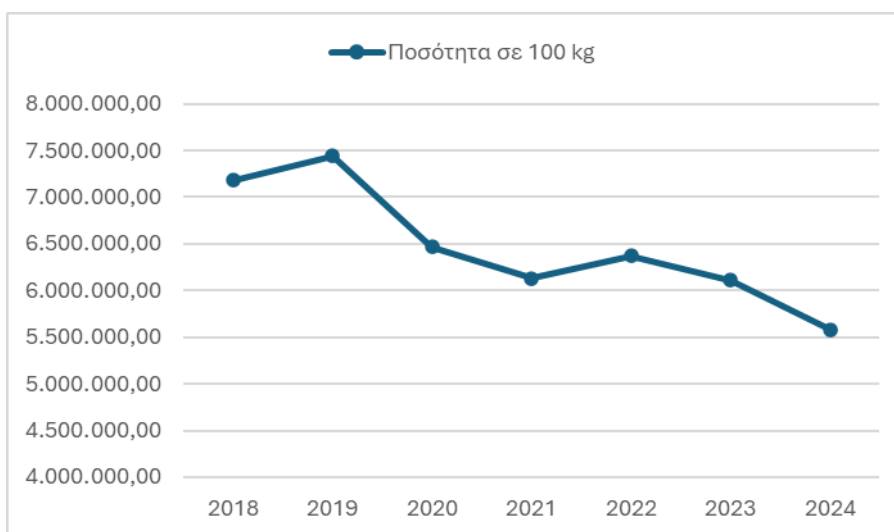
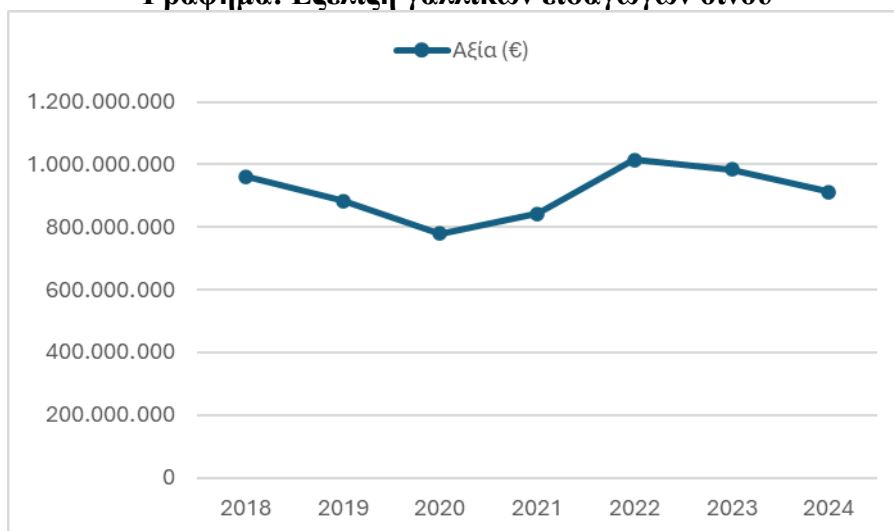
Στα κατωτέρω διαγράμματα και πίνακες παρουσιάζεται η εξέλιξη των γαλλικών εισαγωγών οίνου την τελευταία επταετία (2018-2024).

Εξέλιξη γαλλικών εισαγωγών οίνου

Έτος	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Αξία (€)	962.592.716	883.380.194	779.956.002	843.801.659	1.014.247.119	983.682.021	911.599.406
Ποσότητα σε 100 kg	7.183.444,10	7.442.725,58	6.469.404,94	6.129.318,71	6.368.971,31	6.112.762,36	5.581.367,18

Πηγή: Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Γράφημα: Εξέλιξη γαλλικών εισαγωγών οίνου



Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, το συντριπτικό μερίδιο του οίνου που εισήγαγε η Γαλλία το 2024 προήλθε από τις λοιπές χώρες της ΕΕ. Συγκεκριμένα, εισήχθη οίνος αξίας περίπου 658.548.400 εκ ευρώ και ποσότητας 5.048.394,60 χιλ. τόνων ο οποίος αντιστοιχεί στο 72,24% της αξίας και στο 90,45% της ποσότητας που εισήγαγε συνολικά η χώρα.

Σε επίπεδο χωρών, οι κυριότεροι προμηθευτές οίνου της Γαλλίας για το 2024 παρουσιάζονται στον κατωτέρω πίνακα:

Κυριότεροι προμηθευτές οίνου στη Γαλλία, 2024 (αξία σε ευρώ)

α/α	Χώρα	Αξία σε ευρώ
1.	Ισπανία	240.828.709
2.	Ιταλία	222.535.312
3.	Πορτογαλία	87.525.891
4.	Η.Π.Α.	77.675.294
5.	Γερμανία	46.891.910
6.	Ηνωμένο Βασίλειο	30.266.912
7.	Βέλγιο	28.692.138
8.	Ελβετία	27.551.648
9.	Χιλή	25.229.166
10.	Νέα Ζηλανδία	23.657.867

Πηγή: Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

Πιο συγκεκριμένα οι πρώτοι δέκα προμηθευτές οίνου της Γαλλίας διαμορφώθηκαν ως εξής:

- 1. Ισπανία:** με μερίδιο 26,42% επί των συνολικών εισαγωγών οίνου που πραγματοποίησε η Γαλλία το 2024 (σε όρους αξίας), η χώρα κατέχει την πρώτη θέση μεταξύ των προμηθευτών της Γαλλίας. Οι εξαγωγές της, συνολικής αξίας 240.8 εκ. ευρώ και ποσότητας περίπου 362 χιλ. τόνων εμφάνισαν αύξηση κατά 1,31% σε όρους αξίας αλλά μείωση 11,64% σε όρους ποσότητας σε σχέση με το 2023.
- 2. Ιταλία:** πραγματοποίησε εξαγωγές αξίας 222,5 εκ. ευρώ και ποσότητας περίπου 76 χιλ. τόνων προς τη Γαλλία το 2024, μειωμένες κατά 7,74% σε αξία και μειωμένες κατά 10,09% σε ποσότητα. Το μερίδιο των ιταλικών εξαγωγών ανήλθε σε 24,41% σε όρους αξίας και 13,58% σε όρους ποσότητας επί των συνολικών γαλλικών εισαγωγών οίνου.
- 3. Πορτογαλία:** σε αντίθεση προς τις προηγούμενες χώρες, οι εξαγωγές οίνου της Πορτογαλίας προς τη Γαλλία μειώθηκαν και σε όρους αξίας και σε όρους ποσότητας το 2024 κατά 1,76% και 5,55% αντιστοίχως και ανήλθαν σε 87,5 εκ. ευρώ και 27,4 χιλ. τόνους, που αντιστοιχούν σε μερίδιο 9,6% και 4,92% αντιστοίχως επί των συνολικών εισαγωγών οίνου της Γαλλίας.
- 4. ΗΠΑ:** με εξαγωγές αξίας 77,7 εκ. ευρώ και ποσότητας 4,8 χιλ. τόνων, η χώρα κατέγραψε μείωση των εξαγωγών της κατά 10,12% σε όρους αξίας, αλλά αύξηση σε όρους ποσότητας κατά 10,94%. Οι επιδόσεις αυτές αντιστοιχούν σε μερίδιο 8,52% σε αξία και 0,87% σε ποσότητα των συνολικών εισαγωγών οίνου της Γαλλίας.
- 5. Γερμανία:** με εξαγωγές αξίας 46,9 εκ. ευρώ και ποσότητας 14,4 χιλ. τόνων, οι γερμανικές εξαγωγές κατέγραψαν μείωση 7,31% σε όρους αξίας και ελάχιστη μείωση κατά 0,5% σε όρους ποσότητας, καταλαμβάνοντας μερίδιο 5,14% επί της συνολικής αξίας και 2,57% επί της συνολικής ποσότητας των εισαγωγών οίνου.
- 6. Ηνωμένο Βασίλειο:** με εξαγωγές αξίας 30,3 εκ. ευρώ και ποσότητας 0,9 χιλ. τόνων, η χώρα κατέγραψε μείωση των εξαγωγών της σε όρους αξίας κατά 31,5% και αντίστοιχα μείωση κατά 18,65% σε όρους ποσότητας. Οι επιδόσεις αυτές αντιστοιχούν σε μερίδιο 3,32% σε

αξία και 0,17% σε ποσότητα των συνολικών εισαγωγών οίνου της Γαλλίας.

7. **Βέλγιο:** με μερίδιο 3,15% επί των συνολικών εισαγωγών οίνου (σε όρους αξίας), η χώρα κατέχει την έβδομη θέση μεταξύ των προμηθευτών της Γαλλίας. Οι εξαγωγές της, συνολικής αξίας 28,7 εκ. ευρώ και ποσότητας 11,4 χιλ. τόνων εμφάνισαν αύξηση κατά 10,77% σε όρους αξίας αλλά αξιοσημείωτη αύξηση 62,10% σε όρους ποσότητας σε σχέση με το 2023.
8. **Ελβετία:** σημαντικά μειωμένες ήταν οι ελβετικές εξαγωγές οίνου προς τη Γαλλία, τόσο σε αξία όσο και σε ποσότητα με τα αντίστοιχα ποσοστά να φτάνουν το 6,70% και 26,70% και σε απόλυτους αριθμούς να ανέρχονται σε 27,5 εκ. ευρώ και 0,2 χιλ. τόνους και να αποδίδουν στην Ελβετία το 3,02% των συνολικών γαλλικών εισαγωγών οίνου σε όρους αξίας.
9. **Χιλή:** πραγματοποίησε εξαγωγές αξίας 25,2 εκ. ευρώ και ποσότητας περίπου 8,8 χιλ. τόνων προς τη Γαλλία το 2024, μειωμένες κατά 46,54% σε αξία και κατά 8,25% σε ποσότητα. Το μερίδιο των εξαγωγών της Χιλής ανήλθε σε 2,77% σε όρους αξίας και 1,57% σε όρους ποσότητας επί των συνολικών γαλλικών εισαγωγών οίνου.
10. **Νέα Ζηλανδία:** παρότι η αξία των εξαγωγών οίνου της προς τη Γαλλία το 2024 αυξήθηκαν σημαντικά κατά 33,96% φτάνοντας τα 23,6 εκ. ευρώ, αυξήθηκαν ακόμα περισσότερο σε όρους ποσότητας, ήτοι κατά 50,43% μην ξεπερνώντας παρόλα αυτά τους 4,4 χιλ. τόνους. Το μερίδιο των εξαγωγών της Νέας Ζηλανδίας επί των συνολικών εισαγωγών οίνου της Γαλλίας διαμορφώθηκε σε 2,6% και 0,80% επί της αξίας και της ποσότητας αντιστοίχως.

Η Ελλάδα βρέθηκε το 2024 στην 20^η θέση μεταξύ των προμηθευτών οίνου της Γαλλίας.

Πιο συγκεκριμένα, η αξία των ελληνικών εξαγωγών οίνου ανήλθε σε 3.8 εκατ. ευρώ, καταγράφοντας σημαντική μείωση κατά 26,27% σε σχέση με το 2023, ενώ αντίστοιχη ήταν και η μείωση σε όρους ποσότητας που έφτασε το 22,71%. Το μερίδιο των ελληνικών εξαγωγών στη Γαλλία ανήλθε σε 0,42% τόσο σε όρους αξίας όσο και σε όρους ποσότητας επί των συνολικών γαλλικών εισαγωγών οίνου.

Με βάση τα στοιχεία της Eurostat για το 2024, αλλά και τα πρώτα διαθέσιμα στοιχεία της FranceAgriMer για το 2025, γίνεται σαφές ότι ο χάρτης των εισαγωγών οίνου στη Γαλλία παρουσιάζει μια ξεκάθαρη κυριαρχία των ευρωπαϊκών χωρών του Νότου, με την Ισπανία να αποτελεί τον κύριο «τροφοδότη» σε όγκο πωλήσεων, την Ιταλία να κερδίζει συνεχώς έδαφος όσον αφορά την αξία των εισαγωγών και την Πορτογαλία να παραμένει σταθερός παίκτης, καθώς οι Γάλλοι είναι ιστορικά οι μεγαλύτεροι καταναλωτές Port παγκοσμίως. Έκπληξη αποτελεί η παρουσία του Ηνωμένου Βασιλείου στην πρώτη δεκάδα με τους κυριότερους προμηθευτές οίνου. Η άνοδος αυτή οφείλεται στην εισαγωγή υψηλής ποιότητας αγγλικών αφρωδών οίνων οι οποίοι τα τελευταία χρόνια έχουν αποκτήσει σταθερή θέση στις εξειδικευμένες γαλλικές κάβες.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι 10 πρώτοι προμηθευτές οίνου της Γαλλίας.

10 σημαντικότεροι προμηθευτές οίνου στη Γαλλία

Α/Α	Εμπορικοί Εταίροι	2023		2024		Μερίδιο 2024		Μεταβολή 2024/2023	
		Αξία σε ευρώ	Ποσότητα σε 100kg	Αξία σε ευρώ	Ποσότητα σε 100kg	Προς αξία	Προς ποσότητα	Αξίας	Ποσότητας
	Κόσμος	983.682.021	6.112.762,36	911.599.406	5.581.367,18	100,00%	100,00%	-7,33%	-8,69%
	Χώρες ΕΕ	686.480.953,00	5.591.647,66	658.548.400,00	5.048.394,60	72,24%	90,45%	-4,07%	-9,72%
	Τρίτες Χώρες	297.201.068,00	521.114,70	253.051.006,00	532.972,58	27,76%	9,55%	-14,86%	2,28%
1	Ισπανία	237.723.618,00	4.098.363,36	240.828.709,00	3.621.449,64	26,42%	64,88%	1,31%	-11,64%
2	Ιταλία	241.213.762,00	842.771,05	222.535.312,00	757.697,04	24,41%	13,58%	-7,74%	-10,09%
3	Πορτογαλία	89.096.178,00	290.465,75	87.525.891,00	274.356,31	9,60%	4,92%	-1,76%	-5,55%
4	ΗΠΑ	86.416.811,00	43.639,02	77.675.294,00	48.414,10	8,52%	0,87%	-10,12%	10,94%
5	Γερμανία	50.588.029,00	144.344,94	46.891.910,00	143.627,15	5,14%	2,57%	-7,31%	-0,50%
6	Ην. Βασίλειο	44.186.503,00	11.611,32	30.266.912,00	9.445,46	3,32%	0,17%	-31,50%	-18,65%
7	Βέλγιο	25.903.510,00	70.516,38	28.692.138,00	114.308,80	3,15%	2,05%	10,77%	62,10%
8	Ελβετία	29.531.025,00	3.431,20	27.551.648,00	2.515,12	3,02%	0,05%	-6,70%	-26,70%
9	Χιλή	47.194.495,00	95.570,63	25.229.166,00	87.683,96	2,77%	1,57%	-46,54%	-8,25%
10	Νέα Ζηλανδία	17.660.117,00	29.551,78	23.657.867,00	44.454,20	2,60%	0,80%	33,96%	50,43%

Πηγή: Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

4. ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Η ανάλυση της γαλλικής αγοράς οίνου για το 2024 αποκαλύπτει μια αγορά σε φάση δομικής αναδιάρθρωσης. Παρά την ιστορική της παράδοση, η Γαλλία αντιμετωπίζει μια διπλή πρόκληση: τη μείωση της εγχώριας κατανάλωσης (πτώση 10% τα τελευταία 10 χρόνια) και την άνοδο του κόστους παραγωγής.

Η ανάλυση της FranceAgriMer αναδεικνύει τον διαχωρισμό της γαλλικής αγοράς οίνου σε δύο κύρια πεδία: την ιδιωτική κατανάλωση (εντός σπιτιού-Domicile) και την επαγγελματική αγορά στον κλάδο της εστίασης και των ξενοδοχείων (εκτός σπιτιού-Hors Domicile / CHR).

Όσον αφορά τα κανάλια διανομής και τα μερίδια αγοράς, αξίζει να επισημανθεί ότι η διανομή στη Γαλλία χωρίζεται σε τέσσερις κυρίως πυλώνες, καθένας από τους οποίους εξυπηρετεί διαφορετικό καταναλωτικό προφίλ και ανάγκες. Ειδικότερα, πρόκειται για τη μεγάλη διανομή (σούπερ μάρκετ), τον κλάδο HoReCa (Cafés, Hôtels, Restaurants - CHR στα γαλλικά), τους Cavistes, ήτοι τους εξειδικευμένους εμπόρους, καθώς και το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce/direct-to-consumer). Η θέση ότι τα κανάλια είναι "αυστηρά διαχωρισμένα" παραμένει αληθής, καθώς η στρατηγική τοποθέτησης σε ένα κανάλι συχνά αποκλείει την παρουσία σε ένα άλλο λόγω προστασίας του "brand equity".

Τα στοιχεία της FranceAgriMer δείχνουν ότι τα Supermarkets/Hypermarkets παραμένουν ο κυρίαρχος του παιχνιδιού. Το μερίδιο σε όρους όγκου πωλήσεων παραμένει πολύ υψηλό, αν και υπάρχει μια τάση οριακής μείωσης λόγω της στροφής των καταναλωτών σε Hard Discounters (π.χ. Lidl/Aldi). Το μερίδιό τους σε όρους αξίας, επίσης, είναι υψηλό, καθώς η μέση τιμή ανά λίτρο στη λιανική είναι σημαντικά χαμηλότερη από τα άλλα κανάλια.

Όσον αφορά τον κλάδο HoReCa, εδώ παρατηρείται η αντίστροφη τάση: χαμηλός όγκος (~15%) αλλά υψηλή αξία (~25%). Αυτό οφείλεται στο μεγάλο περιθώριο κέρδους (markup) που προσθέτουν τα εστιατόρια και στη στροφή των καταναλωτών σε πιο ποιοτικές επιλογές, όπως είναι τα κρασιά Π.Ο.Π.

Οι Γάλλοι διατηρούν μια πολύ ισχυρή παράδοση αγορών απευθείας από τον παραγωγό (Vente directe) ή από εξειδικευμένες κάβες (π.χ. Nicolas). Το 10-15% είναι το τυπικό μερίδιο για premium και "artisanal" προϊόντα που απαιτούν συμβουλή ειδικού. Στις επαρχίες, όπως η Βουργουνδία και ο Λίγηρας, η τάση της απευθείας πώλησης από το οινοποιείο είναι ακόμα πιο έντονη.

Το 5% αντιπροσωπεύει το αμιγώς ηλεκτρονικό εμπόριο (pure players όπως το Veerée ή το Millésima). Αν και ο κλάδος αναπτύχθηκε ραγδαία μετά την πανδημία, φαίνεται να έχει σταθεροποιηθεί σε αυτό το επίπεδο, λειτουργώντας κυρίως για συλλεκτικές ετικέτες ή συνδρομητικά "wine clubs".

Μερίδια Αγοράς ανά κανάλι διανομής 2024

Κανάλι Διανομής	Μερίδιο Όγκου (2024)	Μερίδιο Αξίας (2024)	Κύριο Χαρακτηριστικό
Grande Distribution-GD	~70%	~55%	Μαζική κατανάλωση, "μάχη" τιμών
CHR / HoReCa	~15%	~25%	Γαστρονομία, υψηλή προβολή
Cavistes & Direct Sales	~10%	~15%	Εξειδίκευση, premium τοποθέτηση
E-commerce	~5%	~5%	Ευκολία, σπάνιες ετικέτες

Πηγή: FranceAgriMer, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Παρισίων

4.1 Κανάλια προώθησης οίνου

Τα στοιχεία της FranceAgriMer και οι αναλύσεις της αγοράς για την περίοδο 2023-2024 δείχνουν ότι, ενώ η κυριαρχία της μεγάλης διανομής (GD) παραμένει αδιαμφισβήτητη ως προς τον όγκο, η εικόνα δεν είναι πλέον αμετάβλητη.

Ο πληθωρισμός και η στροφή των καταναλωτών σε οικονομικότερες λύσεις έχουν αναδιατάξει τις ισορροπίες, με τις εκπτωτικές αλυσίδες να κερδίζουν έδαφος εις βάρος των παραδοσιακών υπεραγορών.

Για το 2024, η κυριαρχία της μεγάλης διανομής (GD) στους οίνους ποιότητας (AOP/IGP) παραμένει ισχυρή, αλλά καταγράφει μια ελαφριά υποχώρηση των πολύ μεγάλων επιφανειών (υπεραγορών) προς όφελος των πιο ευέλικτων σούπερ μάρκετ και των εκπτωτικών αλυσίδων. Συγκεκριμένα, το μερίδιο των υπεραγορών από το 46% στο παρελθόν έπεσε στο 42% το 2024, με τους Γάλλους καταναλωτές να μην επιλέγουν πλέον τις μεγάλες υπεραγορές για τις καθημερινές τους αγορές και να προτιμούν μικρότερα σούπερ μάρκετ ή μικρά καταστήματα της γειτονιάς (Proximité). Οι Γάλλοι πλέον προτιμούν συχνότερες και μικρότερες αγορές.

Μεγάλη αλλαγή εντοπίζεται και στις εκπτωτικές αλυσίδες (Discounters), το μερίδιο των οποίων αυξήθηκε σημαντικά από 11-12% στο παρελθόν σε 16% το 2024, με το ποσοστό αυτό είναι πολύ υψηλότερο όταν μιλάμε συγκεκριμένα για εισαγόμενους οίνους (Vins du Monde). Επισημαίνεται ότι οι εκπτωτικές αλυσίδες με κύριους εκπροσώπους τη Lidl και την Aldi, έχουν πάψει προ πολλού να θεωρούνται "περιθωριακές" και πλέον αποτελούν στρατηγικό πυλώνα, ειδικά για τους εισαγόμενους οίνους. Έχουν αναβαθμίσει σημαντικά το κελάρι τους τα τελευταία χρόνια (ειδικά κατά τις "Foire aux Vins"), προσφέροντας οίνους ποιότητας σε τιμές που η παραδοσιακή μεγάλη διανομή δυσκολεύεται να ανταγωνιστεί. Επίσης, κατέχουν ηγετική θέση στις πωλήσεις ξένου εισαγόμενου οίνου (π.χ. Prosecco), καθώς προσφέρουν την καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής (value for money) και ο καταναλωτής σε αυτά τα καταστήματα είναι πιο "ανοιχτός" στο να δοκιμάσει ξένες ετικέτες με χαμηλό ρίσκο τιμής.

Όσον αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο, παρατηρείται ότι μετά την πανδημία του COVID-19, το καταναλωτικό το επιλέγει πιο συστηματικά για τις αγορές του, με τις διαδικτυακές αγορές να σταθεροποιούνται γύρω στο 8-9%. Επιπλέον, το κανάλι Drive (παραγγελία online και παραλαβή από το κατάστημα) παραμένει πολύ ισχυρό για αγορές οίνου σε κιβώτια, καθώς θεωρείται ως μία προέκταση του σούπερ μάρκετ που εξυπηρετεί τέλεια τις αγορές όγκου (κιβώτια), με τον καταναλωτή να αποφεύγει το βάρος της μεταφοράς εντός του καταστήματος.

Διαχρονική εξέλιξη δικτύων πώλησης οίνου

Δίκτυο Πώλησης	2023	2024 (Εκτίμηση)	2025 (Πρόβλεψη)
Υπεραγορές	44%	42%	41%
Σούπερ Μάρκετ	25%	26%	26%
Αλυσίδες εκπτωτικών ειδών	14%	16%	17%
Μικρά καταστήματα	8%	8%	8%
Ηλεκτρονικό εμπόριο	9%	8%	8%

Πηγές: FranceAgriMer, IRI/Circana, Kantar Worldpanel, Επεξεργασία: Γραφείο Ο.Ε.Υ. Παρισίων

4.2 Τα χαρακτηριστικά της Μεγάλης Διανομής (Grande Distribution) στη γαλλική αγορά οίνου

Η Μεγάλη Διανομή (GD) στη Γαλλία αποτελεί έναν μοναδικό μηχανισμό που λειτουργεί ταυτόχρονα ως ο μεγαλύτερος πελάτης και ο κύριος ρυθμιστής της αγοράς οίνου. Η δομή της χαρακτηρίζεται από έναν έναν σύνθετο, διττό ρόλο: από τη μία πλευρά προσφέρει εύκολη προσβασιμότητα στο προϊόν για το ευρύ κοινό και από την άλλη ασκεί ισχυρή πίεση στους παραγωγούς μέσω της συγκέντρωσης ισχύος.

Το τοπίο ελέγχεται από ελάχιστους αλλά πολύ ισχυρούς ομίλους, όπως οι E.Leclerc, Carrefour, Intermarché, Auchan και Système U. Η ισχύς αυτή μεταφράζεται σε τεράστιες οικονομίες κλίμακας που εξασφαλίζουν χαμηλές τιμές για τον τελικό καταναλωτή, αλλά ταυτόχρονα επιβάλλουν εξαιρετικά στενά περιθώρια κέρδους για τους οινοπαραγωγούς. Οι ετήσιες διαπραγματεύσεις περιγράφονται ως απαιτητικές, καθώς οι αλυσίδες απαιτούν απόλυτη σταθερότητα στην ποιότητα, εγγυημένη τροφοδοσία καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και ανταγωνιστικά τιμολόγια.

Ένα από τα πλέον χαρακτηριστικά γνωρίσματα της γαλλικής μεγάλης διανομής είναι οι Foires aux Vins (Εκθέσεις Οίνου). Δύο φορές το χρόνο, με αιχμή τον Σεπτέμβριο, τα σούπερ μάρκετ μετατρέπονται σε προσωρινές κάβες, προσφέροντας από καθημερινά κρασιά μέχρι ποικιλίες Grand Cru (Εξαιρετικού Αμπελώνα) σε τιμές που προσελκύουν ακόμα και απαιτητικούς συλλέκτες.

Παράλληλα, η κυριαρχία των Ιδιωτικών Ετικετών (MDD - Marques de Distributeur) επιτρέπει στις αλυσίδες να ελέγχουν πλήρως το ράφι. Αγοράζοντας κρασί χύμα ή συνάπτοντας συμβόλαια με συνεταιρισμούς, οι αλυσίδες μεγάλης διανομής εμφιαλώνουν δικές τους ετικέτες, προσφέροντας εγγυημένη ποιότητα σε χαμηλό κόστος και ανταγωνιζόμενες άμεσα τους ανεξάρτητους παραγωγούς.

Η είσοδος ενός κρασιού στη μεγάλη διανομή απαιτεί υψηλή συμμόρφωση με αυστηρά πρότυπα. Η FranceAgriMer επισημαίνει ότι οι περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις, όπως η HVE (Haute Valeur Environnementale) ή η Organic (Bio), έχουν καταστεί σχεδόν υποχρεωτικές για την τοποθέτηση μιας ετικέτας οίνου στο ράφι, καθώς οι αλυσίδες επιδιώκουν να ικανοποιήσουν την αυξανόμενη «πράσινη» ζήτηση. Επιπλέον, το κόστος εισόδου επιβαρύνεται συχνά από τα Listing Fees (τέλη εισόδου), ειδικά για την εξασφάλιση προνομιακών θέσεων προβολής ή τη συμμετοχή σε διαφημιστικά φυλλάδια.

Το merchandising της μεγάλης διανομής είναι αυστηρά οργανωμένο με βάση τον γεωγραφικό τοπικισμό. Τα κρασιά ταξινομούνται ανά περιοχή (Bordeaux, Bourgogne, Rhône κ.λπ.), αντικατοπτρίζοντας την παράδοση της χώρας. Σε αυτό το περιβάλλον, τα ξένα κρασιά (Vins du Monde) παραμένουν σε μεγάλο βαθμό περιθωριοποιημένα, καταλαμβάνοντας συνήθως ελάχιστο χώρο στο ράφι. Εξαίρεση αποτελούν το Prosecco και ορισμένες ισπανικές ετικέτες, που έχουν κερδίσει τον δικό τους σταθερό χώρο λόγω της υψηλής ζήτησης για αφρώδεις και οικονομικούς οίνους.

Ειδικότερα, για το 2024, ο πληθωρισμός λειτούργησε ως καταλύτης για την περαιτέρω ενδυνάμωση των Ιδιωτικών Ετικετών (MDD). Καθώς η αγοραστική δύναμη των νοικοκυριών πείστηκε, οι καταναλωτές στράφηκαν μαζικά σε αυτές τις ετικέτες, οι οποίες προσφέρουν την «ασφάλεια» της ποιότητας ενός σούπερ μάρκετ σε τιμή έως και 20-30% χαμηλότερη από τα επώνυμα brands (Marques Nationales). Η FranceAgriMer στην ανάλυσή της σημειώνει ότι αυτή η τάση δεν είναι πλέον προσωρινή, αλλά δομική, καθώς οι αλυσίδες χρησιμοποιούν τα MDD για να «κλειδώσουν» την πιστότητα των πελατών τους σε μια εποχή που η τιμή αποτελεί το κύριο κριτήριο επιλογής.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία για το 2024 από την FranceAgriMer, σε αντίθεση με το 2023, όπου οι πωλήσεις σε αξία παρέμειναν σταθερές σε ετήσια βάση, το 2024 εμφάνισαν υποχώρηση κατά δύο μονάδες. Ωστόσο, σε σύγκριση με τον μέσο όρο της τελευταίας 5ετίας, η αξία αυξήθηκε κατά επτά μονάδες, πιθανότατα υπό την επήρεια του έντονου πληθωρισμού που παρατηρήθηκε τα τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα, ο όγκος πωλήσεων οίνων για τη μεγάλη διανομή ανήλθε σε 8 εκατ. εκατόλιτρα σημειώνοντας μείωση κατά 4% σε σχέση με το 2023. Ο κύκλος εργασιών ανήλθε τα 4,4 δισ. ευρώ με μείωση της τάξεως του 2% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ η μέση τιμή ανά λίτρο διαμορφώθηκε στα 5,54 ευρώ καταγράφοντας αύξηση 2% σε σχέση με το 2023. Αναλυτικότερα, ο όγκος πωλήσεων στις υπεραγορές διαμορφώθηκε στα 4,4 εκατ. εκατόλιτρα, ενώ η αξία ανήλθε στα 2,4 δισ. ευρώ. Αντίστοιχα, στα σούπερ μάρκετ ο όγκος πωλήσεων άγγιξε τα 2,7 εκατ. εκατόλιτρα και η αξία στο 1,5 δισ. ευρώ.

Η τάση που θέλει τις μεγάλες αλυσίδες λιανικής να κυριαρχούν στο χώρο της εμπορίας οίνου επιβεβαιώνεται και στην περίπτωση των οίνων με προστατευμένη ονομασία προέλευσης αλλά και σε εκείνων με προστατευμένη γεωγραφική ένδειξη, αν και όπως επισημάνθηκε ήδη, παρατηρείται μια σαφής μετατόπιση των καταναλωτών προς μικρότερα σημεία πώλησης και οίνους με καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής λόγω του πληθωρισμού.

Παρά το γεγονός ότι οι οίνοι Π.Ο.Π. διατήρησαν το 2024 την ηγετική τους θέση στη μαζική διανομή, αντιπροσωπεύοντας το 53% του όγκου πωλήσεων και το 69% της αξίας, επίπεδα παρόμοια με εκείνα που παρατηρήθηκαν το 2023 είναι μεταξύ –μαζί με τους οίνους Π.Γ.Ε.- οι κατηγορίες που επλήγησαν περισσότερο, καθώς κάθε κατηγορία αντίστοιχα κατέγραψε πτώση 4% σε όγκο και 2% σε αξία μέσα σε ένα έτος. Πιο συγκεκριμένα, σχετικά με τους οίνους Π.Ο.Π., παρατηρείται μείωση στις υπεραγορές η οποία αποδίδεται στην στροφή των καταναλωτών προς τους εξειδικευμένους "cavistes" για ακριβότερα κρασιά Π.Ο.Π.. Η πτώση αντικατοπτρίζει τη γενικότερη πτώση των πωλήσεων Π.Ο.Π. στη μεγάλη διανομή, οι οποίες υποχώρησαν κατά 3,8% σε όγκο (3.557 χιλ. εκατόλιτρα) και 2,1% σε αξία (2.857 εκατ. ευρώ) το 2024 σε σχέση με το 2023.

Όσον αφορά τους οίνους Προστατευμένης Γεωγραφικής Ένδειξης, η κυριαρχία της μεγάλης διανομής είναι συντριπτική, καθώς οι καταναλωτές αναζητούν την ιδανική αναλογία αξίας και ποιότητας (value-for-money). Ωστόσο, και στους οίνους Π.Γ.Ε. διαπιστώνεται πτωτική τάση, καθώς σημείωσαν πτώση κατά 4% σε όγκο και 2% σε αξία το 2024 σε σχέση με το 2023. Αντίθετα, οι οίνοι Vins de France (SIG - με γεωγραφική ένδειξη) παρέμειναν σταθεροί σε όγκο την ίδια περίοδο και σημείωσαν αύξηση 5% σε αξία, γεγονός που υποδηλώνει καλύτερη αξιοποίηση (valorisation) σε σχέση με τους ξένους οίνους χωρίς γεωγραφική ένδειξη (VSIG - κράτη μέλη, ΕΕ). Οι τελευταίοι σημείωσαν πτώση 8% σε όγκο και 7% σε αξία σε σύγκριση με το 2023.

4.3 Τα χαρακτηριστικά του καναλιού CHR στη γαλλική αγορά οίνου

Όπως αναφέρθηκε ήδη, η γαλλική αγορά οίνου διανύει μια φάση δομικού μετασχηματισμού, όπου η στρατηγική «ποιότητα αντί ποσότητας» κυριαρχεί. Στο επίκεντρο αυτής της αλλαγής βρίσκεται το κανάλι CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants) ή HORECA, το οποίο αποτελεί τον καθοριστικό παράγοντα για τη διαμόρφωση της αξίας και της εικόνας των προϊόντων στην εγχώρια αγορά. Το CHR δεν αποτελεί απλώς ένα δίκτυο πωλήσεων, αλλά τον κύριο διαμορφωτή τάσεων (trendsetter) για τον σύγχρονο καταναλωτή.

Με βάση τα επίσημα στοιχεία της FranceAgriMer για το 2024 και τις προβλέψεις για το 2025, το κανάλι CHR παρουσιάζει μια ενδιαφέρουσα δυαδικότητα. Ενώ αντιπροσωπεύει περίπου το 20% με 22% του συνολικού όγκου οίνου που καταναλώνεται στη Γαλλία (με τη Μαζική Διανομή να ελέγχει το 65%), η συνεισφορά του σε οικονομικούς όρους είναι δυσανάλογα μεγαλύτερη. Το CHR κατέχει το 40% έως 45% της συνολικής αξίας της αγοράς, με τον κύκλο εργασιών από τις

πωλήσεις οίνων για το 2024 να εκτιμάται στα 4,8 έως 5,2 δισεκατομμύρια ευρώ επιδεικνύοντας ανθεκτικότητα παρά τις πληθωριστικές πιέσεις. Η διαφορά αυτή οφείλεται στα υψηλά περιθώρια κέρδους και στη στροφή των καταναλωτών προς την «premium-ποίηση», επιλέγοντας ποιοτικότερα κρασιά όταν γευματίζουν εκτός οικίας.

Η αγορά ελέγχεται από τρεις βασικούς πυλώνες. Στην κορυφή βρίσκονται οι κολοσσοί της διανομής (Wholesalers), όπως η France Boissons (θυγατρική της Heineken) και ο όμιλος C10. Αυτοί ελέγχουν τις μεγάλες αλυσίδες εστίασης και τις παραδοσιακές Brasseries, όπου η είσοδος απαιτεί μεγάλους όγκους και χαμηλές τιμές. Ακολουθεί το μοντέλο Cash & Carry, με την Metro France να αποτελεί τον κύριο προμηθευτή των ανεξάρτητων επιχειρήσεων λειτουργώντας ως ενδιάμεσος σταθμός για κρασιά ευρείας κατανάλωσης. Αντίστοιχα σημαντικός είναι ο τρίτος πυλώνας: οι εξειδικευμένοι εισαγωγείς και εμπορικοί αντιπρόσωποι (Agents). Αυτοί οι εισαγωγείς εστιάζουν στο δίκτυο της Bistronomy και των ανεξάρτητων εστιατορίων, όπου οι sommeliers αναζητούν συνεχώς το «διαφορετικό» και το «νέο terroir».

Στο CHR, η ταυτότητα και η πιστοποίηση είναι καθοριστικές. Τα κρασιά ΠΟΠ (AOP) κυριαρχούν στις λίστες, προσφέροντας ασφάλεια στον καταναλωτή, ενώ τα ΠΓΕ (IGP) είναι δημοφιλή για την κατανάλωση "by the glass" και τα ροζέ. Για το 2024-2025, παρατηρείται ραγδαία άνοδος των λευκών οίνων με οξύτητα και ορυκτότητα, καθώς και των βιολογικών και φυσικών κρασιών.

Το κοινό του CHR χωρίζεται στον παραδοσιακό καταναλωτή και στον "Epicurean Urbanite" (αστικός πληθυσμός 25-45 ετών). Ο τελευταίος, που συχνάζει σε wine bars και μοντέρνα bistros, είναι το ιδανικό κοινό για το ελληνικό κρασί, καθώς αναζητά την αυθεντικότητα και είναι διατεθειμένος να πειραματιστεί με νέες ποικιλίες, αρκεί αυτές να συνοδεύονται από ένα ισχυρό αφήγημα και υψηλή ποιότητα.

4.4 Τα χαρακτηριστικά του καναλιού Cavistes

Η γαλλική αγορά οίνου χαρακτηρίζεται από μια βαθιά ριζωμένη κουλτούρα εξειδίκευσης, στην οποία το κανάλι των Cavistes (Κάβες) κατέχει έναν μοναδικό και στρατηγικό ρόλο. Σε αντίθεση με τη μαζική διανομή, οι κάβες αποτελούν το προπύργιο της ποιοτικής κατανάλωσης και τον βασικό συνδετικό κρίκο μεταξύ των παραγωγών αυθεντικών οίνων και των ενημερωμένων καταναλωτών. Με περίπου 6.000 σημεία πώλησης σε όλη τη γαλλική επικράτεια, το κανάλι αυτό λειτουργεί ως ο απόλυτος «διαμορφωτής κοινής γνώμης» (opinion leader).

Σε όρους όγκου, οι Cavistes διακινούν ένα συγκριτικά μικρό ποσοστό της συνολικής αγοράς, το οποίο κυμαίνεται περίπου στο 7% με 10%. Ωστόσο, η σημασία τους σε αξία είναι δυσανάλογα υψηλή, καθώς το μερίδιό τους στον συνολικό κύκλο εργασιών της λιανικής πώλησης οίνου στη Γαλλία αγγίζει το 15% με 20%. Ο ετήσιος κύκλος εργασιών του κλάδου εκτιμάται στα 2,5 έως 3 δισεκατομμύρια ευρώ. Η διαφορά αυτή μεταξύ όγκου και αξίας υπογραμμίζει το γεγονός ότι η μέση τιμή φιάλης σε μια κάβα είναι σημαντικά υψηλότερη από εκείνη ενός σούπερ μάρκετ, καθώς το κοινό είναι διατεθειμένο να πληρώσει για την εξειδικευμένη επιλογή και τη συμβουλή του ειδικού.

Όσον αφορά τη διάρθρωση της αγοράς στο κανάλι αυτό, διαπιστώνεται ότι η αγορά των Cavistes χωρίζεται σε δύο κύριες κατηγορίες: τις οργανωμένες αλυσίδες και τους ανεξάρτητους εμπόρους. Καθεμία από αυτές απαιτεί διαφορετική στρατηγική προσέγγισης.

Στην κατηγορία των οργανωμένων αλυσίδων παρατηρείται ότι τροφοδοτούνται από κεντρικές αγορές. Μεταξύ των βασικών παικτών της εν λόγω κατηγορίας είναι η αλυσίδα Nicolas (πάνω από 500 καταστήματα), αλλά και άλλες όπως η Inter Caves ή η V&B. Η είσοδος για έναν

νέο παραγωγό, ειδικά από το εξωτερικό, είναι εξαιρετικά δύσκολη, καθώς απαιτεί μεγάλες ποσότητες, σταθερή τροφοδοσία και συχνά υψηλά κόστη καταχώρησης. Σχετικά με τους ανεξάρτητους εμπόρους/ιδιοκτήτες (Cavistes) αξίζει να επισημανθεί ότι επιλέγουν τα κρασιά τους με βάση το προσωπικό τους γούστο και τη σχέση εμπιστοσύνης με τον παραγωγό ή τον εισαγωγέα. Οι Γάλλοι Cavistes αναζητούν την «επόμενη μεγάλη ανακάλυψη» εκτός Γαλλίας για να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό.

Οι ανεξάρτητοι αυτοί έμποροι εστιάζουν σχεδόν αποκλειστικά σε κρασιά με ισχυρή ταυτότητα. Τα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ αποτελούν τη βάση της συλλογής τους, αλλά με αυστηρή έμφαση στο terroir και στις βιώσιμες πρακτικές. Τα διαθέσιμα για το 2024 στοιχεία δείχνουν σαφή προτίμηση των τελευταίων για βιολογικούς οίνους και οίνους χαμηλής παρέμβασης (Βιολογικά, Biodynamic και Natural Wines) τα οποία μπορεί κάποιος να εντοπίσει σε μεγάλη πλειοψηφία των καβών στις μεγάλες πόλεις.

Το κοινό των Cavistes αποτελείται από τους "Connaisseurs" και τους "Gourmets". Πρόκειται για καταναλωτές με μέσο και υψηλό εισόδημα, οι οποίοι αποφεύγουν την απρόσωπη αγορά του σούπερ μάρκετ. Αναζητούν τη συμβουλή, θέλουν να μάθουν για τον παραγωγό και συχνά αγοράζουν κρασί ως δώρο ή για ειδικές περιστάσεις.

4.5 Τα χαρακτηριστικά του καναλιού E-commerce και των Απευθείας Πωλήσεων (Direct-to-Consumer - D2C)

Η ψηφιακή παρουσία συνιστά πλέον δομικό πυλώνα του γαλλικού οινικού κλάδου, αποτελώντας απαραίτητη προϋπόθεση για τη διείσδυση σε κανάλια υψηλής προστιθέμενης αξίας και την αποτελεσματική διαχείριση του μεριδίου αγοράς. Το κανάλι του E-commerce και των Απευθείας Πωλήσεων (D2C) έχει σταθεροποιηθεί ως ένας από τους πιο δυναμικούς τομείς της αγοράς, αντιπροσωπεύοντας πλέον περίπου το 8-9% της συνολικής αξίας των πωλήσεων οίνου στη Γαλλία. Για το 2024, ο κύκλος εργασιών του online εμπορίου οίνου εκτιμάται ότι ξεπέρασε τα 600-700 εκατομμύρια ευρώ, με τάση περαιτέρω ενίσχυσης το 2025.

Η γαλλική online αγορά οίνου χαρακτηρίζεται από υψηλό επίπεδο ωριμότητας και χωρίζεται σε τρεις κύριες κατηγορίες: 1) τις εξειδικευμένες πλατφόρμες, όπως οι ιστοσελίδες Millesima (ηγέτης στα κρασιά επένδυσης και Grands Crus) και Ventealapropriete οι οποίες προσφέρουν μια επιμελημένη επιλογή που εστιάζει στην ποιότητα και το κύρος. 2) Τα Marketplaces και Niche e-shops με πλατφόρμες όπως το Greek Flavours οι οποίες λειτουργούν ως γέφυρα, επιτρέποντας στους Γάλλους καταναλωτές να έχουν πρόσβαση σε εξειδικευμένα προϊόντα που δύσκολα βρίσκουν στο φυσικό ράφι. 3) Direct-to-Consumer (D2C), κατηγορία στην οποία οι ίδιοι οι παραγωγοί επενδύουν σε δικά τους e-shops. Επισημαίνεται ότι το 2024, το 15% των πωλήσεων των ανεξάρτητων οινοποιών στη Γαλλία πραγματοποιήθηκε απευθείας online, παρακάμπτοντας τους μεσάζοντες.

Καθοριστικό ρόλο σε αυτόν τον μετασχηματισμό διαδραματίζει η τεχνολογία και η ανάδυση του μοντέλου "Phygital" (διασύνδεση φυσικής και ψηφιακής αγοράς). Στη Γαλλία εκτενής είναι η χρήση της εφαρμογής Vivino η οποία τείνει να εξελιχθεί στον απόλυτο ψηφιακό σύμβουλο του καταναλωτή, ο οποίος τη χρησιμοποιεί εντός του φυσικού καταστήματος ή του εστιατορίου για τη σύγκριση τιμών, την ανάγνωση κριτικών και τον έλεγχο βαθμολογιών.

Στο ψηφιακό κανάλι διανομής, η αγοραστική συμπεριφορά καθορίζεται από τη σύγκλιση της λειτουργικής άνεσης και της αναζήτησης για αποκλειστικότητα. Οι καταναλωτές επιδεικνύουν έντονο ενδιαφέρον για οίνους Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε., η επιλογή των οποίων ενισχύεται σημαντικά όταν συνοδεύεται από πλούσιο οπτικοακουστικό περιεχόμενο, όπως ψηφιακές περιηγήσεις σε αμπελώνες και συνεντεύξεις παραγωγών. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι οι online αγοραστές

παρουσιάζουν αυξημένη ροπή προς την κατανάλωση λευκών και ροζέ οίνων, καταγράφοντας ποσοστά υψηλότερα από τον αντίστοιχο μέσο όρο των φυσικών καταστημάτων λιανικής.

Όσον αφορά το δημογραφικό προφίλ του ψηφιακού αγοραστή, αυτό συντίθεται κυρίως από τις γενιές των Millennials και της Gen X, οι οποίες χαρακτηρίζονται από υψηλή τεχνολογική εξοικείωση και ανώτερο μορφωτικό επίπεδο. Πρόκειται για ένα κοινό που δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στο ιδιαίτερο αφήγημα (storytelling) και την αυθεντικότητα της προέλευσης, εμφανίζοντας παράλληλα μεγαλύτερη δεκτικότητα σε οινικές δοκιμές διεθνούς προέλευσης σε σύγκριση με τους παραδοσιακούς καταναλωτές.

5. ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

5.1 Νομικές απαιτήσεις

Στη Γαλλία η παραγωγή και διακίνηση του οίνου διέπεται από αυστηρούς κανόνες που διασφαλίζουν την ποιότητα και την αυθεντικότητα. Συγκεκριμένα, απαιτείται να πληρούνται δυο προϋποθέσεις: ο οίνος να είναι εγγεγραμμένος σε επίσημο κατάλογο και να έχει κατηγοριοποιηθεί ως ποικιλία αμπέλου (*à raisins de cuve*).⁵

Η ιχνηλασιμότητα κάθε τροφίμου, συμπεριλαμβανομένων των οίνων και των αλκοολούχων ποτών, είναι θεμελιώδης υποχρέωση που προκύπτει από τον κανονισμό (ΕΚ) 178/2002 (άρθρο 18), που καθορίζει τη διατροφική νομοθεσία στην ΕΕ (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX%3A32002R0178>).

Ειδικά για τον αμπελοοινικό τομέα, το πλαίσιο καθορίζεται επιπλέον από την Νέα Κοινή Οργάνωση (ΚΟΑ) και τον Κανονισμό 2021/2117 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32021R2117>) που τροποποίησε παλαιότερους κανονισμούς. Ειδικότερα, η Νέα Κοινή Οργάνωση Αγορών (ΚΟΑ) αποτελεί το ρυθμιστικό πλαίσιο της ΕΕ για τη σταθερότητα των αγροτικών αγορών. Ειδικά στον τομέα του οίνου, καθορίζει αυστηρούς κανόνες για τις άδειες φύτευσης, τις οινοποιητικές πρακτικές και την επισήμανση των προϊόντων. Επιπλέον, ο Κανονισμός (ΕΕ) 2021/2117 εκσυγχρονίζει την ΚΟΑ για την περίοδο 2023-2027, εστιάζοντας στον αμπελοοινικό τομέα. Θεσπίζει την υποχρεωτική αναγραφή συστατικών και διατροφικής δήλωσης στις ετικέτες οίνου, επιτρέποντας τη χρήση ψηφιακών QR codes. Παράλληλα, εισάγει νομικό πλαίσιο για τα αποαλκοολομένα κρασιά, παρατείνει τις άδειες φύτευσης έως το 2045 και ενισχύει την προστασία των προϊόντων ΠΟΠ/ΠΓΕ. Τέλος, ευθυγραμμίζει τις οινοποιητικές πρακτικές με την πράσινη στρατηγική «Από το Αγρόκτημα στο Πιάτο», προωθώντας τη βιωσιμότητα και τη διαφάνεια για τον καταναλωτή.

Με τη νέα μεταρρύθμιση, δίνεται έμφαση στην υποχρεωτική αναγραφή διατροφικών στοιχείων και συστατικών στις ετικέτες, καθώς και στην προώθηση οίνων με χαμηλό ή μηδενικό αλκοολικό τίτλο. Παράλληλα, ενισχύει τα εθνικά προγράμματα στήριξης για την αναδιάρθρωση αμπελώνων και την προβολή σε τρίτες χώρες, διασφαλίζοντας την ποιότητα μέσω των συστημάτων ΠΟΠ και ΠΓΕ και την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή.

Για τον αμπελουργικό τομέα, ο κανονισμός (ΕΚ) 273/2018 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32018R0273>) ρυθμίζει όλα τα θέματα που αφορούν στο καθεστώς αδειοδότησης αμπελοφυτεύσεων, το αμπελουργικό μητρώο, τα συνοδευτικά έγγραφα, την πιστοποίηση και τους κανόνες για τις εισαγωγές οίνου, τα βιβλία εισερχομένων και εξερχομένων, τις υποχρεωτικές δηλώσεις, τις κοινοποιήσεις και τη δημοσίευση κοινοποιηθεισών πληροφοριών. Σύμφωνα με το άρθρο 8 του Κανονισμού, για κάθε μεταφορά αμπελοοινικών προϊόντων μεταξύ αμπελοκαλλιεργητών, αμπελουργών, παραγωγών, μεταποιητών, εμφιαλωτών ή εμπόρων ή από τους παραπάνω σε εμπόρους λιανικής, πρέπει να υπάρχει **συνοδευτικό έγγραφο**.

Επιπλέον, ο κανονισμός (ΕΕ) 2019/33 ρυθμίζει όλα τα θέματα που αφορούν στις αιτήσεις προστασίας ονομασιών προέλευσης, γεωγραφικών ενδείξεων και παραδοσιακών ενδείξεων στον αμπελοοινικό τομέα, τη διαδικασία ένστασης, τους περιορισμούς στη χρήση, τις τροποποιήσεις των προδιαγραφών προϊόντος, την ανάκληση της προστασίας, καθώς και την επισήμανση και την παρουσίαση. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32019R0033>).

Τέλος, το διάταγμα 2012-655, περιλαμβάνει όλες τις απαιτήσεις σήμανσης των

5. <http://observatoire-cepages-resistants.fr/documentation/reglementation/>

αμπελουργικών προϊόντων και τις υποχρεωτικές ενδείξεις που πρέπει να φέρουν τα δοχεία των αμπελουργικών προϊόντων, οι οποίες επιτρέπουν την ταυτοποίηση με στόχο την ιχνηλασιμότητα του περιεχομένου σχετικά με την κατηγορία του, την ονομασία πώλησής του και το χρώμα.⁶ (<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025804057>).

5.2 Απαιτήσεις σήμανσης

Όλες οι υποχρεωτικές ενδείξεις πρέπει να βρίσκονται συγκεντρωμένες στο ίδιο οπτικό πεδίο επί της φιάλης (μπροστινή ή πίσω ετικέτα) με τρόπο ώστε να είναι όλες ταυτόχρονα αναγνώσιμες και ο καταναλωτής να μην είναι υποχρεωμένος να γυρίσει τη φιάλη/συσκευασία για να αναγνώσει τα συγκεκριμένα στοιχεία. Επιπλέον, οι υποχρεωτικές ενδείξεις πρέπει να αναγράφονται με ανεξίτηλους χαρακτήρες και να διακρίνονται σαφώς από το περιβάλλον κείμενο ή τα γραφικά. Εξαίρεση αποτελούν τα εξής στοιχεία των υποχρεωτικών ενδείξεων: η παρουσία ορισμένων αλλεργιογόνων ουσιών, η ένδειξη του εισαγωγέα στην περίπτωση των εισαγόμενων οίνων και ο αριθμός παρτίδας που μπορούν να γραφούν και σε διαφορετικό πεδίο από τις υπόλοιπες υποχρεωτικές ενδείξεις.

Με βάση τον Κανονισμό (ΕΕ) 2021/2117 και τις κατευθυντήριες γραμμές που τέθηκαν σε πλήρη εφαρμογή το 2024, όλες οι υποχρεωτικές ενδείξεις οφείλουν να εμφανίζονται στο ίδιο οπτικό πεδίο επί της συσκευασίας, ώστε να είναι ταυτόχρονα αναγνώσιμες χωρίς να απαιτείται περιστροφή της φιάλης. Οι χαρακτήρες πρέπει να είναι ανεξίτηλοι, με ελάχιστο ύψος 1,2 mm, και ευδιάκριτοι από το φόντο. Από τον κανόνα του κοινού οπτικού πεδίου εξαιρούνται πλέον ο αριθμός παρτίδας, ο εισαγωγέας, τα αλλεργιογόνα, καθώς και η διατροφική δήλωση και η λίστα συστατικών, εφόσον παρέχονται μέσω ψηφιακής ετικέτας (QR code). Η ουσιαστική αλλαγή του 2024 έγκειται στο ότι η πλήρης διατροφική δήλωση και τα συστατικά μπορούν να είναι ψηφιακά, αρκεί η ενεργειακή αξία (π.χ. E 350 kJ/84 kcal) να αναγράφεται υποχρεωτικά και φυσικά πάνω στη φιάλη. Επιπλέον, οι πληροφορίες του QR code πρέπει να είναι απαλλαγμένες από διαφημιστικό περιεχόμενο ή συστήματα ιχνηλάτησης χρηστών, ενώ όλες οι ενδείξεις πρέπει να αναγράφονται σε γλώσσα εύκολα κατανοητή από τους καταναλωτές της χώρας διάθεσης.

Όσον αφορά τους οίνους ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης) και ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη), καθώς και τους βιολογικούς οίνους, το πλαίσιο του 2024 επιβάλλει πρόσθετες απαιτήσεις που διασφαλίζουν την αυθεντικότητα και την ιχνηλασιμότητα. Για τα προϊόντα ΠΟΠ/ΠΓΕ, είναι υποχρεωτική η αναγραφή της επίσημης ονομασίας και του κράτους μέλους προέλευσης, ενώ η χρήση του αντίστοιχου ενωσιακού συμβόλου πρέπει να συμμορφώνεται με συγκεκριμένες προδιαγραφές χρώματος και μεγέθους. Στην περίπτωση των βιολογικών οίνων, η ετικέτα πρέπει απαραίτητα να φέρει το βιολογικό λογότυπο της ΕΕ (το "πράσινο φύλλο"), τον κωδικό του φορέα πιστοποίησης και την ένδειξη προέλευσης των πρώτων υλών (π.χ. "Γεωργία ΕΕ").

Επιπλέον, ο Κανονισμός 2021/2117 ορίζει ότι οι οίνοι ΠΟΠ/ΠΓΕ μπορούν να περιλαμβάνουν στην ψηφιακή τους ετικέτα επιπλέον πληροφορίες σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του εδάφους ή της καλλιεργητικής μεθόδου, υπό την προϋπόθεση ότι αυτές δεν λειτουργούν ως μάρκετινγκ αλλά ως αντικειμενική ενημέρωση. Τέλος, για τους βιολογικούς οίνους, η λίστα συστατικών που παρέχεται μέσω QR code πρέπει να προσδιορίζει σαφώς ποια πρόσθετα ή βοηθητικά μέσα επεξεργασίας είναι πιστοποιημένα βιολογικά, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη του καταναλωτή στη βιολογική αλυσίδα παραγωγής.

6 <https://www.process2wine.com/actualites/84-la-tracabilite-du-vin-contrainte-ou-besoin>

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις⁷ που πρέπει να εμφανίζονται είναι οι κάτωθι:

- Ονομασία κατηγορίας αμπελοοινικού προϊόντος, π.χ. «ΟΙΝΟΣ».
- Καθαρή ποσότητα του προϊόντος.
- Αποκτημένος κατ' όγκο αλκοολικός τίτλος υπό μορφή ποσοστού και να ακολουθείται από το σύμβολο «% vol.».
- Η παρουσία ορισμένων αλλεργιογόνων ουσιών, οι οποίες θα πρέπει να έπονται της ένδειξης «περιέχει».
- Ένδειξη προέλευσης.
- Ένδειξη του εμφιαλωτή (όνομα και ταχ. διεύθυνση)
- Ένδειξη του εισαγωγέα.
- Στην περίπτωση αφρώδους οίνου, αεριούχου αφρώδους οίνου, αφρώδους οίνου ποιότητας ή αφρώδους οίνου ποιότητας αρωματικού τύπου, η ένδειξη της περιεκτικότητας σε σάκχαρα.
- Για οίνους ΠΟΠ ή ΠΓΕ: i) ο όρος “Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης” ή “Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη” και ii) η ονομασία της προστατευμένης ονομασίας προέλευσης ή της γεωγραφικής ένδειξης.
- Αριθμός παρτίδας.

Προαιρετικές πληροφορίες:

Οι προαιρετικές ενδείξεις έχουν προσαρμοστεί ώστε να εναρμονίζονται με τις νέες απαιτήσεις για τη διαφάνεια και την ψηφιακή πληροφόρηση. Συγκεκριμένα πρόκειται για:

- Το έτος της συγκομιδής: παραμένει προαιρετικό, αλλά απαιτεί τουλάχιστον το 85% των σταφυλιών να έχει τρυγηθεί το συγκεκριμένο έτος (για οίνους ΠΟΠ, ΠΓΕ και με ένδειξη ποικιλίας)
- Το όνομα μίας ή περισσοτέρων οινοποιησιμων ποικιλιών αμπέλου, εφόσον αυτές αντιπροσωπεύουν το 100% του προϊόντος (ή το 85% αν αναγράφεται μόνο μία).
- Στην περίπτωση οίνων πλην των αφρώδων οίνων, η ένδειξη της περιεκτικότητας σε σάκχαρα.
- Για τις κατηγορίες αμπελοοινικών προϊόντων με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης ή Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη, οι παραδοσιακές ενδείξεις όπως αναφέρονται στο άρθρο 112 στοιχείο β).
- Το κοινοτικό σύμβολο που αναφέρει την προστατευόμενη ονομασία προέλευσης ή την προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας στις διεθνείς αγορές.
- Ενδείξεις που αφορούν ορισμένες μεθόδους παραγωγής.
- Ένδειξη της εκμετάλλευσης σε οίνους ΠΟΠ-ΠΓΕ, π.χ. αμπελώνας, κτήμα, κάστρο.
- Η αναφορά «Βιολογικός οίνος» να αναγράφεται στην ετικέτα σε περίπτωση που ο οίνος παράγεται σύμφωνα με τις διατάξεις περί βιολογικού οίνου. Η αναγραφή του όρου και η χρήση του λογοτύπου της ΕΕ (Euro-leaf) είναι προαιρετικές ως προς την επιλογή προβολής, αλλά αν χρησιμοποιηθούν, πρέπει υποχρεωτικά να συνοδεύονται από τον κωδικό του φορέα πιστοποίησης.
- Άλλες ενδείξεις, π.χ. Ερυθρός, Πίνεται στους 8°C, Διάκριση σε διαγωνισμό (αρκεί να μην καταλαμβάνουν τον χώρο των υποχρεωτικών ενδείξεων).

Επισημαίνεται ότι όλες οι παραπάνω προαιρετικές πληροφορίες μπορούν πλέον να ενσωματωθούν στην ψηφιακή ετικέτα. Αυτό επιτρέπει στους παραγωγούς να διατηρήσουν την

7. Πληροφορίες για τα ισχύοντα σχετικά με τη σήμανση μπορούν να αναζητηθούν στην ηλεκτρονική διεύθυνση:
<https://www.vindefrance.com/pro/reglementation>

κύρια ετικέτα "καθαρή" αισθητικά, μεταφέροντας τις λεπτομέρειες (όπως ιστορικό κτήματος ή βραβεία) στο QR code.

Επίσης, στη Γαλλία παραμένει υποχρεωτική η σήμανση με το εικονόγραμμα της εγκύου ή η προειδοποίηση για την κατανάλωση αλκοόλ από εγκύους (Code de la Santé Publique).

Σχετικώς με τις εικόνες που μπορεί να εμφανίζονται, αυτές δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να παραπλανούν τον καταναλωτή σχετικά με τα χαρακτηριστικά του προϊόντος. Δύναται να απεικονίζονται:

- ζώα, άνθη, οικόσημα κτλ
- αμπελώνες
- δημόσια κτήρια μη ευρισκόμενα σε περιοχή όπου παράγονται οίνοι προστατευμένης ονομασίας
- ιδιωτικά κτήρια υπό τον όρο να μην παραπέμπουν σε κάποιο συγκεκριμένο είδος αμπελώνων

Επιπλέον απαγορεύονται οι εικόνες που παραπέμπουν σε μια περιοχή παραγωγής ή σε μια αμπελουργική εκμετάλλευση.⁸

8. <https://www.vindefrance.com/>

6. ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΟΙΝΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΓΑΛΛΙΑΣ

6.1 Ιστορική Αναδρομή

Η οινική σχέση Ελλάδας και Γαλλίας δεν αποτελεί μια απλή εμπορική διασταύρωση, αλλά μια βαθιά πολιτισμική διαδρομή που εκτείνεται σε βάθος τριών χιλιάδων ετών, διαμορφώνοντας την ίδια την ταυτότητα του ευρωπαϊκού αμπελώνα.

Η ιστορία αυτή ξεκινά τον 6ο αιώνα π.Χ. (περίπου το 600 π.Χ.), όταν Φωκαείς έμποροι από τη Μικρά Ασία ίδρυσαν τη Μασσαλία (Massalia). Οι Έλληνες άποικοι δεν μετέφεραν μόνο τον πολιτισμό και το εμπόριο, αλλά εισήγαγαν για πρώτη φορά την καλλιέργεια της αμπέλου στη Γαλλία. Μέσω της Μασσαλίας, το κρασί και η τεχνογνωσία της αμπελουργίας εξαπλώθηκαν στην κοιλάδα του Ροδανού. Οι αρχαιολογικές ανασκαφές έχουν φέρει στο φως ελληνικούς αμφορείς, οι οποίοι αποδεικνύουν ότι το ελληνικό κρασί θεωρούνταν προϊόν πολυτελείας και υψηλού κύρους για τους τοπικούς πληθυσμούς (Γαλάτες), θέτοντας τις βάσεις για αυτό που σήμερα γνωρίζουμε ως γαλλικό αμπελώνα.

Κατά τον Μεσαίωνα και την Αναγέννηση, το εμπόριο οίνου συνεχίστηκε με πρωταγωνιστές τα γλυκά κρασιά της Ανατολικής Μεσογείου. Το περίφημο Malvasia (Μαλβαζία), που παραγόταν σε περιοχές όπως η Μονεμβασιά και η Κρήτη, ήταν εξαιρετικά δημοφιλές στις γαλλικές αυλές και τα λιμάνια. Οι Γάλλοι έμποροι και ευγενείς εκτιμούσαν την ικανότητα αυτών των κρασιών να αντέχουν στα μακρινά ταξίδια, καθιστώντας τα σύμβολο πλούτου και κοινωνικής ανωτερότητας.

Η σχέση αυτή απέκτησε δραματικό χαρακτήρα τον 19ο αιώνα. Όταν η φυλλοξήρα (ένα έντομο που καταστρέφει τις ρίζες του αμπελιού) εμφανίστηκε στη Γαλλία το 1863, οι γαλλικοί αμπελώνες σχεδόν αφανίστηκαν και η παραγωγή κατέρρευσε. Σε αυτή την κρίσιμη στιγμή, η Ελλάδα λειτούργησε ως «σωσίβιος λέμβος». Η κορινθιακή σταφίδα και τα ελληνικά κρασιά εισήχθησαν μαζί από τους Γάλλους οινοποιούς, οι οποίοι εμφάπτιζαν τη σταφίδα σε νερό για να παράγουν τον λεγόμενο «οίνο σταφίδας», καλύπτοντας την εγχώρια ζήτηση. Αυτή η περίοδος οδήγησε στην οικονομική άνθηση της Πελοποννήσου, γνωστή ως ο «χρυσός της σταφίδας».

Με την ανασύσταση του γαλλικού αμπελώνα στον 20ό αιώνα, οι σχέσεις πέρασαν σε ένα θεσμικό επίπεδο. Η Γαλλία δημιούργησε το σύστημα των Ονομασιών Προέλευσης (AOC), το οποίο έγινε το παγκόσμιο πρότυπο. Κομβικό ρόλο σε αυτή τη σύγκλιση έπαιξε η Σταυρούλα Κουράκου-Δραγώνα, η οποία, έχοντας σπουδάσει στη Γαλλία, μετέφερε το γαλλικό μοντέλο στην Ελλάδα. Χάρη στις προσπάθειές της, η Ελλάδα θέσπισε τη δική της νομοθεσία για τις Ονομασίες Προέλευσης (ΟΠΑΠ/ΟΠΕ) το 1971, ευθυγραμμίζόμενη πλήρως με τη γαλλική οινολογική κουλτούρα.

Στη σύγχρονη εποχή, η επιρροή είναι πλέον αμφίδρομη. Πολλές «γαλλικές» ποικιλίες (Cabernet, Merlot, Syrah) καλλιεργούνται με επιτυχία στην Ελλάδα, ενώ υπάρχει μια έντονη επιστροφή στις ρίζες, με τη Γαλλία να δείχνει αυξανόμενο ενδιαφέρον για τις αρχαίες ελληνικές γηγενείς ποικιλίες, όπως το Ασύρτικο και το Ξινόμαυρο.

Από τους Φωκαείς της Μασσαλίας μέχρι τη σύγχρονη οινολογία, η ελληνογαλλική σχέση είναι ένας κύκλος: η Ελλάδα έδωσε το αμπέλι στη Γαλλία στην αρχαιότητα, η Γαλλία προσέφερε τη θεσμική ποιότητα στην Ελλάδα τον 20ό αιώνα, και σήμερα οι δύο χώρες συμπορεύονται ως ισότιμοι φορείς της κοινής μεσογειακής οινικής κληρονομιάς.

6.2 Πορεία ελληνικών εξαγωγών οίνου στη Γαλλία

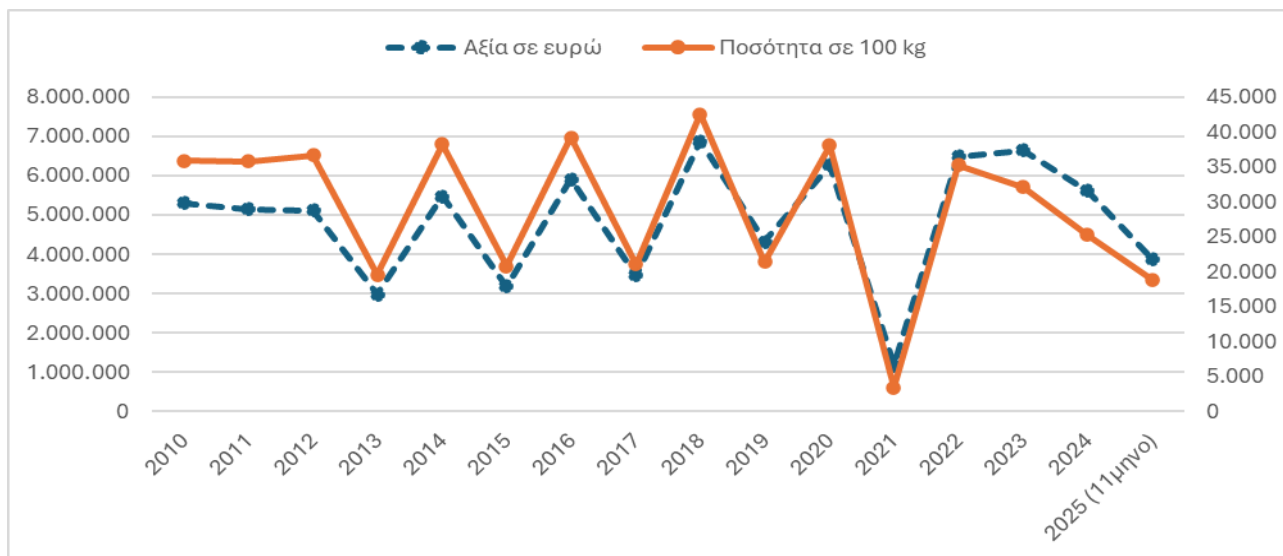
Η πορεία των ελληνικών εξαγωγών οίνου στη γαλλική αγορά κατά την τελευταία εικοσαετία αναδεικνύει μια στρατηγική μετατόπιση προς την ποιότητα και την υψηλή προστιθέμενη αξία, παρά τις έντονες διακυμάνσεις που καταγράφονται στα επίσημα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ και της ΚΕΟΣΟΕ.

Διαχρονική εξέλιξη αξίας ελληνικών εξαγωγών οίνου στη Γαλλία

Έτος	Αξία σε ευρώ	Ποσότητα σε 100 kg
2010	5.299.813	35.894,71
2011	5.151.257	35.759,81
2012	5.120.941	36.650,72
2013	2.976.330	19.579,45
2014	5.466.760	38.201,85
2015	3.187.737	20.802,85
2016	5.915.917	39.159,09
2017	3.461.499	21.026,46
2018	6.876.230	42.535,80
2019	4.315.149	21.372,73
2020	6.272.504	38.076,79
2021	1.169.123	3.474,71
2022	6.485.955	35.216,78
2023	6.639.666	32.110,97
2024	5.607.241	25.298,47
2025 (11μηνο)	3.889.880	18.881,61

Πηγή: Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο Ο.Ε.Υ. Παρισίων

Γράφημα: Διαχρονική εξέλιξη αξίας ελληνικών εξαγωγών οίνου στη Γαλλία



Με βάση τα δεδομένα της περιόδου 2010-2024, η αξία των εξαγωγών διατηρεί μια ισχυρή δυναμική με αποκορύφωμα το 2023, όπου άγγιξε τα 6.639.666 €, ενώ παρά την υποχώρηση του 2024 κατά 15,55% σε σχέση με το 2023, ο μέσος όρος της τελευταίας πενταετίας παραμένει θετικός κατά 12,67%, γεγονός που υποδηλώνει τη σταδιακή εδραίωση του ελληνικού κρασιού σε μια εξαιρετικά ανταγωνιστική αγορά.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει, όπως επισημαίνουν οι αναλύσεις του ΕΔΟΑΟ, η συνεχής άνοδος της μέσης τιμής ανά κιλό, η οποία από τα 1,30 € το 2007 ανήλθε στα 2,19 € το 2024, επιβεβαιώνοντας τη στροφή των Γάλλων καταναλωτών από τους χύμα οίνους χαμηλού κόστους προς τους εμφιαλωμένους οίνους ποιότητας και τις επώνυμες ετικέτες.

Οι Γάλλοι δείχνουν σαφή προτίμηση σε γηγενείς ποικιλίες-πρεσβευτές που προσφέρουν μοναδικό χαρακτήρα "terroir", με το Ασύρτικο να ηγείται λόγω της ορυκτότητάς του, το Ξινόμαυρο να κερδίζει έδαφος για τη δομή του που προσομοιάζει σε γαλλικά πρότυπα, και το Μοσχοφίλερο με το Αγιωργίτικο να συμπληρώνουν τις προτιμήσεις για αρωματικούς και βελούδινους οίνους αντίστοιχα.

Η τάση αυτή ενισχύεται από τη διείσδυση σε εξειδικευμένα δίκτυα διανομής, όπως wine bars και κάβες, καθώς και από τη στοχευμένη παρουσία σε εκθέσεις όπως η Wine Paris, όπου οι οίνοι Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) και Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) αναγνωρίζονται πλέον ως niche προϊόντα υψηλής αξίας.

Παρά τις προκλήσεις της κλιματικής αλλαγής που επηρεάζουν την σταθερότητα της παραγωγής, η ελληνική οινοποιία εστιάζοντας στην εκπαίδευση των επαγγελματιών και στην ανάδειξη της αυθεντικότητας του ελληνικού αμπελώνα, κατάφερε να μετατρέψει το 2024 τη Γαλλία στην τρίτη σημαντικότερη αγορά της εντός της Ε.Ε. σε όρους αξίας⁹, μετά τη Γερμανία και την Κύπρο και στην έκτη θέση στις αγορές παγκοσμίως (με μερίδιο ως προς την αξία 5,71% επί του συνόλου).

Ιδιαίτερης αποδοχής τυγχάνουν ορισμένες ποικιλίες ελληνικών οίνων με το Μοσχάτο Σάμου να παραμένει ο αδιαμφισβήτητος διαχρονικός ηγέτης. Η σχέση της Σάμου με τη Γαλλία είναι ιστορική, καθώς το Samos Grand Cru εξάγεται σχεδόν εξ ολοκλήρου στη γαλλική αγορά, κατέχοντας δεσπόζουσα θέση τόσο στα ράφια των μεγάλων υπεραγορών όσο και στις λίστες της εστίασης, όπου συχνά προσφέρεται ως απεριτίφ ή λικέρ.

Παράλληλα, το Ασύρτικο, ως η πλέον αναγνωρίσιμη ελληνική λευκή ποικιλία παγκοσμίως, κυριαρχεί πλέον σε εξειδικευμένα Masterclasses και γευσιγνωσίες στο Παρίσι, προσελκύοντας κορυφαίους sommeliers που εκτιμούν την ιδιαίτερη ορυκτότητα της Σαντορίνης.

Για τους λάτρεις των ερυθρών οίνων, το Ξινόμαυρο από τη Νάουσα και το Αμύνταιο έχει αναδειχθεί στην κορυφαία επιλογή, κατακτώντας μια θέση στην ελίτ της γαλλικής γαστρονομίας λόγω της σύνθετης δομής του που προσομοιάζει σε μεγάλα γαλλικά terroir.

Παράλληλα, αυξανόμενα δυναμική πορεία παρουσιάζει το Αγιωργίτικο της Νεμέας και το κομψό, αρωματικό Μοσχοφίλερο της Μαντινείας. Ταυτόχρονα, παρατηρείται μια νέα, δυναμική τάση σε εξειδικευμένους οινικούς κύκλους και wine bars του Παρισιού και της Λυών για ανερχόμενες ποικιλίες με έντονο χαρακτήρα, όπως η Λημνιώνα, το Βιδιανό, η Ρομπόλα και το σπάνιο Μαυροτράγανο.

9. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται κυρίως στην εντυπωσιακή άνοδο της μέσης τιμής πώλησης παρά τη μείωση των συνολικών όγκων.

6.3 Δυνατότητες και ευκαιρίες για τα ελληνικά κρασιά

Η γαλλική αγορά οίνου, αν και αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους παραγωγούς παγκοσμίως, είναι ταυτόχρονα ένας εξαιρετικά ανταγωνιστικός προορισμός για τους εισαγόμενους οίνους, με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης να κυριαρχούν στις προτιμήσεις. Με βάση τα στοιχεία των γαλλικών τελωνείων για το 2024, ο κύριος όγκος των εισαγωγών προέρχεται από την Ισπανία και την Ιταλία, οι οποίες κατέχουν τη μερίδα του λέοντος, ενώ ακολουθούν η Πορτογαλία και χώρες του Νέου Κόσμου όπως η Χιλή.

Ο μεγαλύτερος ανταγωνιστής για το ελληνικό κρασί σε επίπεδο όγκου είναι η Ισπανία, η οποία το 2024 συνέχισε να κατέχει ένα εντυπωσιακό μερίδιο που προσεγγίζει το 55-60% των συνολικών γαλλικών εισαγωγών οίνου. Η κυριαρχία της Ισπανίας βασίζεται κυρίως στην εξαγωγή χύμα οίνων (bulk wine) που χρησιμοποιούνται για ανάμειξη ή για τη μαζική αγορά, αλλά και σε ποικιλίες όπως το Tempranillo και το Garnacha. Η δύναμη της Ισπανίας έγκειται στην εξαιρετικά ανταγωνιστική τιμή, κάτι που έρχεται σε αντίθεση με την τάση που ισχύει για τα ελληνικά κρασιά και στοχεύει πλέον στην αύξηση της μέσης τιμής, η οποία το 2024 ανήλθε στα 2,19 €/κιλό.

Η Ιταλία αποτελεί τον δεύτερο βασικό πόλο του ανταγωνισμού, κατέχοντας ένα μερίδιο της τάξης του 15-20% σε αξία. Σε αντίθεση με την Ισπανία, η Ιταλία ανταγωνίζεται την Ελλάδα απευθείας στο κανάλι της εστίασης (CHR) και των ανεξάρτητων καβιστών. Οι ποικιλίες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ανταπόκριση είναι το Prosecco (Glera), το οποίο έχει κατακλύσει τα γαλλικά bistros ως εναλλακτική της σαμπάνιας, το Pinot Grigio και το Nebbiolo. Το Nebbiolo, ειδικότερα, αποτελεί τον άμεσο ανταγωνιστή του ελληνικού Ξινομαύρου, καθώς οι Γάλλοι οινογνώστες συχνά συγκρίνουν τις δύο αυτές ποικιλίες λόγω της παρόμοιας δομής και παλαιώσης.

Η Πορτογαλία διατηρεί επίσης ένα σταθερό μερίδιο, κυρίως λόγω της ιστορικής σύνδεσης με τα ενισχυμένα κρασιά (Port), αλλά και της αυξανόμενης ζήτησης για τα δροσερά Vinho Verde. Αυτά τα κρασιά ανταγωνίζονται άμεσα το Μοσχοφίλερο και τη Μαλαγουζιά, καθώς στοχεύουν στο ίδιο καταναλωτικό κοινό που αναζητά φρεσκάδα και χαμηλό αλκοόλ. Από τις χώρες εκτός Ε.Ε., η Χιλή κατέχει ένα μερίδιο περίπου 3-5%, εστιάζοντας σε ποικιλίες όπως το Cabernet Sauvignon και το Carmenere, προσφέροντας μια σταθερή σχέση ποιότητας-τιμής που προσελκύει τη μεγάλη λιανική (Supermarkets).

Για το ελληνικό κρασί, ο ανταγωνισμός αυτός καθορίζει και τη στρατηγική εισόδου. Ενώ η Ισπανία κυριαρχεί στον όγκο και η Ιταλία στο lifestyle, η Ελλάδα καλείται να τοποθετηθεί ως η "ποιοτική ανακάλυψη" (niche market). Το γεγονός ότι η μέση τιμή των ελληνικών εξαγωγών στη Γαλλία αυξήθηκε κατά 12,67% στον μέσο όρο της τελευταίας πενταετίας δείχνει ότι το ελληνικό κρασί δεν επιδιώκει να αναμετρηθεί με το φθηνό ισπανικό κρασί, αλλά να σταθεί δίπλα στα ιταλικά και γαλλικά "terroir" κρασιά. Οι Γάλλοι διαμορφωτές γνώμης στρέφονται πλέον στο Ασύρτικο ως μια εναλλακτική στα Chablis, ακριβώς επειδή προσφέρει ένα μοναδικό ηφαιστειακό προφίλ που λείπει από τον μαζικό ανταγωνισμό της Ιταλίας ή της Χιλής.

Η Ελλάδα πρέπει, λοιπόν, να θέσει ως στόχο της στρατηγικής της την ανάδειξη των γηγενών ποικιλιών που διαφοροποιούνται από τον κορεσμένο ανταγωνισμό των διεθνών ποικιλιών που προσφέρουν οι άλλες εισαγόμενες χώρες.

Προς την κατεύθυνση αυτή έχουν ήδη συντελεστεί σημαντικά βήματα. Η είσοδος των ελληνικών κρασιών στη γαλλική αγορά βασίζεται πλέον σε μια ριζικά ανανεωμένη αντίληψη, αφήνοντας οριστικά πίσω την εικόνα της φθηνής ρετσίνας, αναδεικνύοντας τη μοναδικότητα των ελληνικών "terroir" και των ηφαιστειακών εδαφών και σηματοδοτώντας το πέρασμα από ένα προϊόν τουριστικής ανάμνησης σε ένα προϊόν υψηλής γαστρονομίας.

Η σύγχρονη τάση, ειδικά στο καταναλωτικό κοινό του Παρισιού, ευνοεί εξαιρετικά τις γηγενείς ποικιλίες όπως το Ασύρτικο, το Μοσχοφίλερο και τη Μαλαγουζιά, καθώς προσφέρουν – όπως ήδη επισημάνθηκε- την οξύτητα και τη φρεσκάδα που αναζητούν οι Γάλλοι, με τους σομελιέ να συγκρίνουν πλέον το Ασύρτικο με κορυφαία Chablis και το Ξινόμαυρο με εμβληματικά Barolo ή κρασιά της Βουργουνδίας.

Περαιτέρω, η στροφή προς τη βιοδυναμική καλλιέργεια και τις ήπιες οινοποιητικές παρεμβάσεις (φυσικά κρασιά) ευθυγράμμισε την ελληνική παραγωγή με τις πιο σύγχρονες τάσεις της γαλλικής αγοράς. Οι Παριζιάνοι, ειδικότερα, που πρωτοστατούν στο κίνημα των "vins naturels", βλέπουν πλέον την Ελλάδα ως μια χώρα που σέβεται το περιβάλλον και αναδεικνύει την καθαρότητα του φρούτου.

Για έναν Έλληνα παραγωγό ποιότητας, η στρατηγική επιλογή του καναλιού διανομής είναι καθοριστική, καθώς η μεγάλη διανομή θεωρείται συχνά ακατάλληλη ως πρώτο βήμα λόγω του κινδύνου υποτίμησης του brand. Αντιθέτως, το κανάλι CHR (Café, Hotel, Restaurant) αποτελεί την πλέον ενδεδειγμένη επιλογή, με ιδιαίτερη έμφαση στη σκηνή του "Bistronomy" και στα ανεξάρτητα εστιατόρια όπου οι επαγγελματίες αναζητούν συνεχώς το «νέο terroir».

Παράλληλα, η έκρηξη των high-end ελληνικών εστιατορίων στο Παρίσι λειτουργεί ως η φυσική πύλη εισόδου, προσφέροντας μια βιτρίνα υψηλής γαστρονομίας. Εξίσου κρίσιμος είναι ο ρόλος των περίπου 6.000 ανεξάρτητων Cavistes (κάβες), οι οποίοι λειτουργούν ως opinion leaders και πρεσβευτές, χρησιμοποιώντας το αυθεντικό αφήγημα και τη σύνδεση με την μακραίωνη πολιτισμική παράδοση για να μυήσουν τον πελάτη στις ελληνικές ποικιλίες.

7. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΟΙΝΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ

Για μια επιτυχημένη διείσδυση των ελληνικών οίνων στην απαιτητική γαλλική αγορά, η στρατηγική δεν πρέπει να περιορίζεται στην απλή πώληση, αλλά στην ποιοτική ενσωμάτωση σε δίκτυα που εκτιμούν την ετερότητα και την ιστορικότητα του ελληνικού αμπελώνα.

Η γαλλική αγορά, παρά την ισχυρή ταυτότητα και παράδοσή της, επιδεικνύει μια αυξανόμενη εξωστρέφεια προς νέες ποικιλίες και οίνους, γνωστούς και ως «οίνους ανακάλυψης». Το ελληνικό κρασί, διαθέτοντας ισχυρά πλεονεκτήματα όπως οι αυτόχθονες ποικιλίες (Ασύρτικο, Ξινόμαυρο, Βιδιανό) και το ηφαιστειακό *terroir*, καλείται να επιλέξει το βέλτιστο επιχειρησιακό μοντέλο για την είσοδό του.

Μεταξύ των επικρατέστερων συστημάτων εισαγωγής στη γαλλική οινική αγορά για τα ελληνικά κρασιά επισημαίνονται ιδιαίτερα το σύστημα με εξειδικευμένο εισαγωγέα, το σύστημα του εμπορικού αντιπροσώπου και το σύστημα των απευθείας πωλήσεων σε εστιατόρια και ξενοδοχεία.

Η επιλογή ενός **εξειδικευμένου εισαγωγέα** αποτελεί την πλέον ενδεδειγμένη στρατηγική για έναν Έλληνα παραγωγό που στοχεύει στην ποιοτική διείσδυση στη γαλλική αγορά, καθώς το μοντέλο αυτό συνδυάζει την επιχειρησιακή ασφάλεια με την υψηλή τεχνογνωσία τοποθέτησης προϊόντων *niche*. Το κύριο χαρακτηριστικό αυτού του συστήματος είναι η πλήρης ανάληψη του φορολογικού και διοικητικού βάρους από τον εισαγωγέα, ο οποίος λειτουργεί ως εγκεκριμένος αποθηκευτής, διαχειρίζεται το σύνθετο σύστημα EMCS και αποδίδει τους ειδικούς φόρους κατανάλωσης και τον ΦΠΑ εντός Γαλλίας¹⁰. Παράλληλα, η κυριότητα των αποθεμάτων μεταφέρεται στον εισαγωγέα μέσω συναλλαγών *ex-cellar*, γεγονός που διασφαλίζει άμεση ρευστότητα για το οινοποιείο και εξάλειψη του κινδύνου επισφαλειών από τους εκατοντάδες τελικούς πελάτες του καναλιού HORECA.

Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα αυτής της συνεργασίας είναι η πρόσβαση σε κλειστά και απαιτητικά δίκτυα, όπως εστιατόρια με αστέρια Michelin και ανεξάρτητες κάβες υψηλού επιπέδου, όπου η προσωπική σχέση του εισαγωγέα με τους *sommeliers* λειτουργεί ως εγγύηση για το ελληνικό brand. Ο εισαγωγέας μετατρέπεται σε πρεσβευτή του οινοποιείου, αναλαμβάνοντας την παρουσίαση και ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων του ελληνικού αμπελώνα — όπως το ηφαιστειογενές εδαφολογικό προφίλ ή οι αυτόχθονες ποικιλίες — στη γλώσσα των Γάλλων επαγγελματιών. Επιπλέον, η συγκέντρωση φορτίων από διαφορετικούς παραγωγούς επιτρέπει σημαντικές οικονομίες κλίμακας στα *logistics*, καθιστώντας εφικτή τη διανομή ακόμη και μικρών ποσοτήτων σε ολόκληρη τη γαλλική επικράτεια.

Ωστόσο, η υιοθέτηση αυτού του μοντέλου συνεπάγεται και συγκεκριμένες προκλήσεις, με κυριότερη την πίεση στα περιθώρια κέρδους λόγω των υψηλών *markups* που επιβάλλει ο εισαγωγέας για να καλύψει το λειτουργικό του κόστος. Αυτό οδηγεί συχνά σε απώλεια του ελέγχου επί της τελικής τιμής ραφίου, με κίνδυνο το προϊόν να καταστεί λιγότερο ανταγωνιστικό σε σύγκριση με εγχώριους γαλλικούς οίνους παρόμοιας κατηγορίας. Παράλληλα, ο παραγωγός ενδέχεται να βρεθεί αντιμέτωπος με εσωτερικό ανταγωνισμό μέσα στο ίδιο το χαρτοφυλάκιο του εισαγωγέα, ενώ η έλλειψη άμεσης επαφής με το εστιατόριο περιορίζει τη δυνατότητα συλλογής

10. Αναλυτικότερα πληροφορίες σχετικά με τη διακίνηση, την αποθήκευση και τους ειδικούς φόρους κατανάλωσης (Accises) στη Γαλλία, η επίσημη πηγή είναι ο Γενικός Κώδικας Φορολογίας της Γαλλίας στην κυβερνητική πλατφόρμα Légifrance (https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006069577/). Επιπλέον, στις διευθύνσεις https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006069569/ και https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006069574/

πρωτογενούς πληροφόρησης από την αγορά. Παρά τους περιορισμούς αυτούς, η συνεργασία με έναν εξειδικευμένο εισαγωγέα παραμένει η βέλτιστη λύση για boutique οиноποιεία που επιδιώκουν να χτίσουν κύρος και μακροχρόνια παρουσία, αποφεύγοντας τη γραφειοκρατική πολυπλοκότητα και επενδύοντας στην αξιοπιστία ενός εδραιωμένου τοπικού συνεργάτη.

Εκτιμάται ότι αυτή η οδός αποτελεί την «κύρια πύλη» για την είσοδο των ελληνικών οίνων στη Γαλλία. Οι Έλληνες οиноποιοί θα μπορούσαν να αναζητήσουν εξαγωγική διέξοδο μέσω της ανάπτυξης συνεργασίας με εταιρείες εμπορίας ελληνικών προϊόντων, όπως οι Mavrommatis, Profil Grec, Oenos και Dionis Vins που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στη Γαλλία.

Το **μοντέλο του Εμπορικού Αντιπροσώπου**¹¹ (Agent Commercial) αποτελεί την πιο εξελιγμένη και «προσωποποιημένη» μορφή διείσδυσης στη γαλλική αγορά, λειτουργώντας ως μια γέφυρα που επιτρέπει στον παραγωγό να διατηρεί την επιχειρησιακή του αυτονομία ενώ αξιοποιεί την τοπική τεχνογνωσία. Στον πυρήνα αυτού του συστήματος βρίσκεται η σχέση εντολής, όπου ο αντιπρόσωπος δεν αγοράζει ποτέ το προϊόν, αλλά λειτουργεί ως ο εμπορικός βραχίονας του οиноποιείου στη Γαλλία, αμειβόμενος με προμήθεια επί των καθαρών πωλήσεων που κυμαίνεται συνήθως μεταξύ 10% και 15%. Η τιμολόγηση διενεργείται απευθείας από το οиноποιείο προς τον τελικό πελάτη —είτε πρόκειται για ένα wine bar είτε για ένα γκουρμέ εστιατόριο— γεγονός που διασφαλίζει ότι ο παραγωγός παραμένει ο κύριος του brand και της εμπορικής του πολιτικής.

Η επιτυχία αυτού του μοντέλου "Terroir-to-Table" εδράζεται στην άσπογη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας μέσω μιας φορολογικής αποθήκης (entrepôt fiscal) εντός γαλλικού εδάφους. Ο παραγωγός αποστέλλει συγκεντρωτικά αποθέματα σε καθεστώς αναστολής φόρου και ο αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την «εκτέλεση» της αγοράς, δίνοντας εντολές για παραδόσεις ακόμα και σε επίπεδο μεμονωμένων κιβωτίων. Αυτή η ευελιξία είναι ζωτικής σημασίας για τη σύγχρονη γαλλική Bistronomy και τα Natural Wine Bars, όπου οι ιδιοκτήτες αποφεύγουν το μεγάλο στοκ και προτιμούν συχνές, μικρές παραλαβές που ανανεώνουν τη λίστα των κρασιών τους.

Στα κύρια πλεονεκτήματα του μοντέλου συγκαταλέγεται η διαφάνεια και ο απόλυτος έλεγχος του brand equity. Ο παραγωγός γνωρίζει ακριβώς ποιος αγοράζει το κρασί του, σε ποια τιμή πωλείται και ποια είναι η αποδοχή του από το κοινό, χτίζοντας έτσι μια πολύτιμη βάση δεδομένων και μια άμεση σχέση με τους opinion leaders της αγοράς. Επιπλέον, η αποφυγή του υψηλού markup που θα επέβαλλε ένας κλασικός εισαγωγέας επιτρέπει στο ελληνικό κρασί να παραμείνει ανταγωνιστικό, διατηρώντας ταυτόχρονα υψηλότερα περιθώρια κέρδους για το οиноποιείο. Το μοντέλο αυτό είναι ιδανικό για οίνους ήπιας παρέμβασης ή βιολογικής καλλιέργειας, καθώς επιτρέπει στον αντιπρόσωπο να αναπτύξει ένα βαθύ και στοχευμένο αφήγημα προέλευσης, εξηγώντας προσωπικά στον οιογνώστη τη φιλοσοφία του παραγωγού και τις ιδιαιτερότητες του terroir.

Από την άλλη πλευρά, το μοντέλο του εμπορικού αντιπροσώπου ενέχει σημαντικές προκλήσεις και διοικητικό φόρτο. Ο παραγωγός επωμίζεται το σύνολο του πιστωτικού κινδύνου (credit risk), καθώς πρέπει να εισπράξει τις πληρωμές από πολλούς διαφορετικούς πελάτες, ενώ ταυτόχρονα αναλαμβάνει το κόστος και την ευθύνη της φορολογικής συμμόρφωσης και της αποθήκευσης στη Γαλλία. Η γραφειοκρατική διαχείριση των ειδικών φόρων κατανάλωσης και του ΦΠΑ απαιτεί αυξημένη οργάνωση ή τη συνδρομή ενός φορολογικού εκπροσώπου, γεγονός που συνεπάγεται πάγια έξοδα ανεξαρτήτως του όγκου πωλήσεων. Τέλος, ο παραγωγός εξαρτάται απόλυτα από την ικανότητα και το δίκτυο του αντιπροσώπου, καθώς μια λανθασμένη επιλογή συνεργάτη μπορεί να υποβιβάσει το brand σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική ζώνη χωρίς τη δυνατότητα εύκολης ανάκαμψης.

Τελευταίο μοντέλο είναι η απευθείας πώληση σε εστιατόρια. Η **απευθείας διείσδυση στο κανάλι CHR** (Cafés, Hôtels, Restaurants) της Γαλλίας αποτελεί μια στρατηγική υψηλών

11. https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000005634379/LEGISCTA000006146035/

απαιτήσεων που υπόσχεται το μέγιστο δυνατό περιθώριο κέρδους για τον Έλληνα παραγωγό, καθώς καταργεί κάθε ενδιάμεσο περιθώριο προσάυξης (markup) και επιτρέπει την πλήρη καρποφορία της αξίας του προϊόντος. Το κύριο χαρακτηριστικό αυτού του μοντέλου είναι η μετατροπή του Γάλλου αγοραστή σε άμεσο εισαγωγέα, ο οποίος οφείλει να διαθέτει ειδική άδεια παραλήπτη από τη Γαλλική Τελωνειακή Υπηρεσία (DGDDI) και να διαχειρίζεται το ηλεκτρονικό σύστημα EMCS/GAMMA για την καταβολή των ειδικών φόρων κατανάλωσης (Accises). Η συναλλαγή πραγματοποιείται συνήθως υπό όρους Ex-Works ή DAP, με τον εστιάτορα ή τον ξενοδόχο να αναλαμβάνει την ευθύνη της φορολογικής συμμόρφωσης και τον παραγωγό να διατηρεί τον απόλυτο έλεγχο της τοποθέτησης του brand του σε συγκεκριμένες «βιτρίνες» υψηλού γοήτρου, όπως εστιατόρια με αστέρια Michelin ή εμβληματικά Palace Hotels.

Στα πλεονεκτήματα αυτής της προσέγγισης δεσπόζει η διατήρηση της αξίας της επωνυμίας, δηλαδή του brand equity και η δυνατότητα άμεσης πληρωμής, συχνά προκαταβολικά, γεγονός που βελτιώνει σημαντικά τη ρευστότητα του οινοποιείου σε σχέση με τις μακροχρόνιες πιστώσεις που απαιτούν οι μεγάλοι διανομείς. Ωστόσο, η εφαρμογή του μοντέλου προσκρούει σε ένα δυσβάσταχτο γραφειοκρατικό και διοικητικό φορτίο, καθώς η πολυπλοκότητα των τελωνειακών διαδικασιών αποθαρρύνει το 95% των ανεξάρτητων επιχειρήσεων εστίασης που στερούνται οργανωμένου τμήματος προμηθειών¹². Επιπλέον, ο κατακερματισμός των παραγγελιών σε μικρές ποσότητες εκτινάσσει το κόστος των logistics ανά φιάλη, εξανεμίζοντας συχνά το οικονομικό όφελος από την παράκαμψη του μεσάζοντα, ενώ η έλλειψη τοπικού αποθέματος στη Γαλλία καθιστά αδύνατη την άμεση ανταπόκριση σε επείγουσες ανάγκες του πελάτη (after-sales service).

Λόγω αυτών των περιορισμών, η απευθείας πώληση συνίσταται σχεδόν αποκλειστικά για συνεργασίες με μεγάλους ξενοδοχειακούς ομίλους ή διεθνείς αλυσίδες εστίασης που διαθέτουν την απαραίτητη υποδομή και εφοδιαστική αλυσίδα για να απορροφήσουν το διοικητικό κόστος. Για τον μέσο παραγωγό, η στρατηγική αυτή απαιτεί την παρουσία εξειδικευμένου προσωπικού στο οινοποιείο που να κατέχει άριστα τη γαλλική γλώσσα και τις τεχνικές λεπτομέρειες των εξαγωγών, καθιστώντας το μοντέλο αυτό μια επιλογή που απαιτεί υψηλή εσωτερική οργάνωση και στοχευμένη εστίαση σε πελάτες κορυφαίας βαθμίδας.

Για έναν οινοποιό που στοχεύει στη γαλλική αγορά, μεγάλη σημασία έχει η παρουσία και συμμετοχή στις μεγάλες διεθνείς εκθέσεις οίνου που διοργανώνονται στη Γαλλία, αφενός γιατί προσφέρεται η δυνατότητα διεύρυνσης του δικτύου των επαγγελματικών επαφών και αφετέρου δίνεται η ευκαιρία ανταλλαγής τεχνογνωσίας και εξοικείωσης με τις νέες εξελίξεις και τάσεις.

Οι εκθέσεις χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: τις αμιγώς επαγγελματικές (B2B), όπου κλείνονται τα μεγάλα συμβόλαια με εισαγωγείς, και τις εκθέσεις κοινού, που βοηθούν στο "brand awareness" και στις απευθείας πωλήσεις.

Η Γαλλία φιλοξενεί μερικές από τις σημαντικότερες εκθέσεις οίνου παγκοσμίως, οι οποίες αποτελούν τα κομβικά σημεία συνάντησης για παραγωγούς, εμπόρους και sommelier. Οι σημαντικότερες εξ αυτών είναι:

Wine Paris & Vinexpo Paris: Είναι πλέον η μεγαλύτερη και πιο στρατηγική έκθεση στη Γαλλία, αποτέλεσμα της ένωσης της Vinisud (κρασιά του Νότου) και της VinoVision (κρασιά του Βορρά). Πραγματοποιείται κάθε χρόνο (Φεβρουάριος) στο Παρίσι.

Millésime BIO: αφορά βιολογικά, biodynamic και φυσικά κρασιά. Πραγματοποιείται ετησίως (Ιανουάριος) στο Μονπελιέ.

12. Επίσημος Οδηγός των Γαλλικών Τελωνείων (DGDDI) για το σύστημα GAMMA: <https://www.google.com/search?q=https://www.douane.gouv.fr/fiche/gamma-la-dematerialisation-des-documents-daccompagnement>

Salon des Vins de Loire (Angers Loire Dégust'): έκθεση που εστιάζει στον αμπελώνα του Λίγηρα, αλλά πλέον περιλαμβάνει και παράλληλες εκδηλώσεις για βιολογικά κρασιά (Levée de la Loire, Demeter). Πραγματοποιείται ετησίως (Φεβρουάριος) στο Angers.

Vinitech-Sifel: η μεγαλύτερη έκθεση τεχνολογίας, εξοπλισμού και καινοτομίας για την αμπελουργία και την οινοποιία. Λαμβάνει χώρα ετησίως (Δεκέμβριος) στο Bordeaux.

Salon de l' Agriculture: είναι η μεγαλύτερη αγροτική έκθεση της Γαλλίας. Πραγματοποιείται ετησίως στο Παρίσι (τέλη Φεβρουαρίου-αρχές Μαρτίου), προβάλλοντας την κτηνοτροφία, τη γαστρονομία και τις αγροτικές καινοτομίες (και το κρασί).

8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ανάλυση της γαλλικής αγοράς οίνου για το έτος 2026 αποκαλύπτει ένα περιβάλλον βαθιάς μεταμόρφωσης, όπου οι παραδοσιακές ισορροπίες παραγωγής και κατανάλωσης επαναπροσδιορίζονται υπό την πίεση κλιματικών, οικονομικών και κοινωνικών αλλαγών.

Η Γαλλία, παρά τη διατήρηση της παγκόσμιας ηγεμονίας της σε όρους αξίας, αντιμετωπίζει μια σταδιακή μείωση της παραγωγικής της δυναμικής, καταλαμβάνοντας τη δεύτερη θέση σε όγκο παγκοσμίως, πίσω από την Ιταλία, με την παραγωγή του 2025 να ανέρχεται σε 35,9 εκατομμύρια εκατόλιτρα. Αυτή η ποσοτική υποχώρηση συνοδεύεται από μια στρατηγική συρρίκνωση της αμπελουργικής έκτασης, η οποία ενθαρρύνεται από κρατικά προγράμματα εκρίζωσης, στοχεύοντας στον περιορισμό της πλεονάζουσας παραγωγής που δεν ανταποκρίνεται πλέον στη ζήτηση.

Παράλληλα, η εγχώρια κατανάλωση παρουσιάζει μια σταθερή πτωτική πορεία, έχοντας μειωθεί κατά σχεδόν 24% την τελευταία οκταετία, γεγονός που αποδίδεται στην αλλαγή των καταναλωτικών συνηθειών των νεότερων γενεών, οι οποίες δείχνουν σαφή προτίμηση σε ελαφρύτερα, δροσιστικά ποτά, όπως τα λευκά, τα ροζέ και τα αφρώδη κρασιά, εις βάρος των παραδοσιακών ερυθρών οίνων. Η οικονομική πίεση από τον πληθωρισμό έχει επίσης οδηγήσει τους Γάλλους καταναλωτές προς τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας των σούπερ μάρκετ, αναζητώντας πιο προσιτές λύσεις χωρίς να θυσιάζουν απαραίτητα την ποιότητα.

Στο επίπεδο των εξαγωγών, η Γαλλία παραμένει εξαιρετικά εξωστρεφής, με τις Ηνωμένες Πολιτείες να αποτελούν τον κορυφαίο προορισμό της, απορροφώντας πάνω από το 20% της συνολικής αξίας των εξαγωγών της, ενώ η Ασία παραμένει μια κρίσιμη αλλά απαιτητική αγορά.

Σε αυτό το τοπίο, ο ελληνικός οίνος έχει καταφέρει να δημιουργήσει μια αξιοσημείωτη δυναμική, επιτυγχάνοντας ιστορικό υψηλό αξίας εξαγωγών στη Γαλλία, με το Ασύρτικο και το Ξινόμαυρο να αναγνωρίζονται πλέον ως ποιοτικές εναλλακτικές απέναντι σε εμβληματικές γαλλικές ποικιλίες.

«Η διείσδυση στην αγορά παρουσιάζει ορισμένες προκλήσεις, καθώς τα κανάλια της μαζικής διανομής βασίζονται σε μεγάλους όγκους και χαμηλότερα περιθώρια κέρδους, τα οποία δεν ανταποκρίνονται πάντοτε στη δομή και την κλίμακα λειτουργίας των ελληνικών οινοποιείων. Αντίστοιχα, οι απευθείας πωλήσεις στον τομέα της εστίασης (HORECA) δύναται να προσφέρουν βελτιωμένες προοπτικές απόδοσης, συνοδεύονται όμως από πρόσθετες οργανωτικές και λειτουργικές απαιτήσεις, που καθιστούν την εφαρμογή τους πιο σύνθετη για τις μικρότερες επιχειρήσεις.

Γίνεται, λοιπόν, σαφές ότι η επιτυχία στη γαλλική αγορά απαιτεί πλέον μια πολύπλευρη προσέγγιση που συνδυάζει την ανάδειξη της μοναδικότητας των γηγενών ποικιλιών, τη στόχευση σε εξειδικευμένες κάβες και εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας, και την υπέρβαση των διοικητικών δυσκολιών μέσω τοπικών συνεργασιών, καθώς η Γαλλία δεν είναι απλώς ένας παραγωγός και εξαγωγέας και εξελίσσεται σε έναν απαιτητικό εισαγωγέα ποιότητας.

