vinetur

Le vin effervescent a enregistré une hausse de 0,6 % des ventes au détail aux États-Unis.

NielsenIQ a indiqué que la catégorie vin dans son ensemble avait reculé de 3,4 % en valeur sur les quatre semaines closes le 15 août.

jeudi 27 août 2026



Le vin effervescent est reparti à la hausse dans les ventes au détail aux États-Unis sur les quatre semaines closes le 15 août, tandis que la catégorie vin dans son ensemble continuait de reculer et que le vin tranquille restait sous pression, selon un nouveau

rapport NielsenIQ.

Sur l’ensemble des circuits de distribution de détail mesurés aux États-Unis, les ventes de vin ont reculé de 3,4 % en valeur par rapport à un an plus tôt et de 4,6 % en volume sur la même période. Les données excluent les cocktails à base de vin et reflètent la distribution de détail suivie par NielsenIQ, et non l’ensemble du marché américain du vin.

Le vin tranquille a largement contribué au recul. NielsenIQ a indiqué que les ventes de vin tranquille ont baissé de 4,0 % en valeur et de 5,1 % en volume sur la période de quatre semaines. Le vin effervescent a évolué dans l’autre sens, affichant une hausse de 0,6 % des ventes en dollars et de 0,3 % en volume. Ce mouvement est important, car la catégorie a été l’un des rares points positifs dans un marché qui continue de se contracter physiquement, avec moins d’unités vendues même lorsque les ventes en dollars résistent mieux.

Le vin sans alcool a lui aussi continué de croître à un rythme bien plus rapide que le reste du marché. NielsenIQ a indiqué que les ventes de vin sans alcool avaient progressé de 17,6 % en dollars et de 14,2 % en volume par rapport à un an plus tôt. Cela maintient le segment en croissance à deux chiffres et prolonge une tendance qui le distingue des catégories traditionnelles de vin.

L’écart entre les ventes en dollars et le volume suggère que la valeur moyenne par unité vendue était légèrement plus élevée qu’un an plus tôt. D’après les chiffres de NielsenIQ, la catégorie vin dans son ensemble a affiché une hausse implicite d’environ 1,3 % de la valeur moyenne par unité. Pour le vin sans alcool, la hausse implicite était d’environ 3,0 %. Ces écarts peuvent refléter plusieurs facteurs, notamment les prix, la composition de l’offre et les promotions, mais les données NielsenIQ ne distinguent pas ces effets.

Les derniers chiffres étaient légèrement moins négatifs que la précédente période glissante de quatre semaines close le 8 août. Par rapport à cette fenêtre antérieure, le recul global s’est atténué de 0,4 point de pourcentage en ventes en dollars et de 0,5 point de pourcentage en volume. Comme les périodes de référence sont des fenêtres glissantes qui se chevauchent partiellement, l’évolution ne constitue pas une

comparaison pure d’une semaine sur l’autre, mais elle montre un certain ralentissement du rythme de contraction.

Les performances des fournisseurs ont été contrastées. NielsenIQ a indiqué que The Wine Group avait perdu 240 000 caisses en volume et vu son chiffre d’affaires reculer de 9,3 %. Deutsch Family a évolué dans l’autre sens, gagnant 27 000 caisses et augmentant son chiffre d’affaires de 5,3 %. Ces chiffres montrent un marché où la demande globale reste faible, mais où certains producteurs continuent de trouver de la croissance grâce à l’exposition de la catégorie, au positionnement des marques ou à la performance des circuits.

Le rapport vient s’ajouter aux éléments montrant que le secteur américain du vin reste partagé entre une demande grand public plus faible et un nombre plus restreint de catégories qui continuent d’avancer. Le vin tranquille enregistre toujours les plus fortes baisses, tant en dollars qu’en volume, tandis que le vin effervescent est repassé en territoire positif et que le vin sans alcool maintient un solide élan.

Les chiffres de NielsenIQ couvrent la distribution de détail mesurée et n’incluent pas l’ensemble des ventes de vin aux États-Unis ni le secteur de l’hôtellerie-restauration, où les ventes des restaurants et des bars peuvent suivre des tendances différentes. Les données ne permettent pas non plus de ventiler précisément la part de la performance en dollars attribuable à des prix plus élevés, à un changement de mix produit ou à l’activité promotionnelle. Même avec ces limites, le dernier rapport montre un marché qui continue de se contracter en nombre d’unités, avec le vin effervescent et le vin sans alcool qui se distinguent dans le recul général.