vinetur

Les vins effervescents ont résisté au recul du vin et des spiritueux aux États-Unis

Le chiffre d’affaires du Champagne a progressé de 14,7 % sur trois mois, offrant au vin l’une des rares poches de croissance du marché.

mardi 15 septembre 2026



Les nouvelles données de la Wine & Spirits Wholesalers of America montrent que les ventes de vin et de spiritueux aux États-Unis continuent de reculer dans l’ensemble, mais que certaines catégories de vin montrent des signes d’amélioration, en particulier

les vins effervescents et le Sauvignon Blanc.

Selon le tableau de bord SipSource de la WSWA, le volume total de vin et de spiritueux a reculé de 6,8 % sur les 12 mois clos en juillet, tandis que le chiffre d'affaires a baissé de 6,1 % sur la même période. La tendance plus récente sur trois mois est également restée négative, avec un volume en baisse de 6,2 % et un chiffre d'affaires en repli de 6,1 %.

Dans ce marché plus faible, le vin a affiché quelques points de solidité. Sur les trois derniers mois, le chiffre d'affaires du Champagne a progressé de 14,7 %, celui du Prosecco de 10,2 % et celui du Sauvignon Blanc de 3,2 %, selon les données de la WSWA rapportées lundi par Shanken News Daily. Ces hausses se sont démarquées du repli général et suggèrent que certains consommateurs continuent de dépenser dans des catégories à l'identité claire ou à la demande établie.

Les données ont aussi mis en évidence un clivage selon le prix. Les tendances de chiffre d'affaires pour les vins affichés à plus de 16 dollars étaient nettement meilleures que celles des bouteilles moins chères. Sur les 12 derniers mois, le segment des vins à 50 dollars et plus a enregistré une hausse de 0,9 %, ce qui en fait l'un des rares segments du rapport à rester en territoire positif. Cela suggère que le haut de gamme du vin a mieux résisté que nombre de segments de milieu et de bas de gamme, même si le marché dans son ensemble s'est contracté.

Les spiritueux ont été plus faibles que le vin dans la dernière lecture. Sur les trois derniers mois, le volume des spiritueux a reculé de 5,7 % et le chiffre d'affaires de 7,1 %, une performance plus faible que le mois précédent, selon la WSWA. Le groupe a indiqué que l'écart croissant entre volume et chiffre d'affaires reflète une pression persistante sur la premiumisation, les consommateurs accordant davantage d'importance au rapport qualité-prix.

Cette pression s'est manifestée dans toutes les catégories de prix des spiritueux. Toutes les tranches de chiffre d'affaires sont désormais en baisse de plus de 5 %, selon les données. La tranche de 50 à 99,99 dollars a reculé de 9,5 %, et tous les spiritueux vendus à plus de 50 dollars ont baissé de 8,9 %. Ces chiffres suggèrent que les consommateurs réduisent non seulement leurs achats globaux, mais aussi les

bouteilles plus chères qui avaient bénéficié ces dernières années d'un mouvement de montée en gamme.

Pour l'industrie des boissons, cette ventilation a son importance car elle peut aider à orienter les décisions d'achat, de prix et de stocks à un moment où la demande globale du marché reste atone. Les hausses du Champagne, du Prosecco et du Sauvignon Blanc montrent que certaines catégories continuent d'attirer l'intérêt des consommateurs, même si les volumes totaux diminuent. Dans le même temps, les résultats plus faibles de nombreux segments premium des spiritueux pourraient pousser grossistes, détaillants et fournisseurs à réfléchir plus attentivement à leur stratégie tarifaire et à leur assortiment.

Le rapport a également mis en évidence une différence entre les ventes dans les bars et restaurants et celles réalisées en magasin. L'activité sur place a fait mieux que l'activité hors domicile sur les 12 derniers mois. Le volume total de vin et de spiritueux sur place a reculé de 2,8 %, contre une baisse de 7,5 % hors domicile. Cet écart indique que, même si les consommateurs achètent moins dans l'ensemble, les occasions de consommation dans les restaurants et les bars ont mieux résisté que les achats pour consommation à domicile.

Ces données interviennent alors que producteurs et distributeurs cherchent des signes de stabilisation après un ralentissement prolongé de la demande d'alcool. Les baisses globales en valeur comme en volume montrent que le marché n'est pas encore revenu à la croissance. Il n'en reste pas moins que la meilleure performance de certaines catégories de vin suggère que la demande des consommateurs ne s'est pas affaiblie de manière uniforme sur l'ensemble du marché.

Le vin effervescent a été l'exemple le plus net dans les derniers chiffres. Le Champagne et le Prosecco ont tous deux affiché une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires sur les trois derniers mois, surpassant les vins tranquilles et le marché plus large des boissons alcoolisées. Le Sauvignon Blanc est également repassé en croissance positive, donnant aux fournisseurs une autre indication que certains cépages continuent de trouver un écho auprès des acheteurs, même dans un contexte de dépenses prudentes.

Les données de prix ajoutent une autre couche à ce tableau. Les vins à plus de 16 dollars ont mieux performé que les segments moins chers, tandis que les spiritueux à plus de 50 dollars ont accusé de nettes baisses. Ce contraste peut refléter des différences de comportement d'achat entre consommateurs de vin et de spiritueux, ou renvoyer à la force de certaines marques selon les catégories ainsi qu'à des dépenses liées à des occasions qui continuent de soutenir certains achats de vin.

Le suivi SipSource de la WSWA est de près surveillé dans tout le secteur parce qu'il offre aux distributeurs, fournisseurs et détaillants une vision actuelle des tendances de déstockage, de l'évolution du chiffre d'affaires et de la performance des canaux. Dans la dernière publication, le message central était que la conjoncture reste faible, mais que le segment du vin montre des signes plus encourageants que les spiritueux, avec le vin effervescent et le Sauvignon Blanc en tête de l'amélioration et l'activité sur place continuant de mieux résister que le hors domicile.