vinetur

# Les spiritueux vendus à plus de 50 $ ont enregistré un recul du chiffre d’affaires de 8,9 % aux États-Unis.

SipSource a constaté que le vin montrait davantage de stabilité, les bouteilles à plus de 50 $ affichant une hausse de 0,9 % du chiffre d’affaires sur 12 mois.

mardi 15 septembre 2026



Un nouveau rapport de marché SipSource indique que le secteur américain du vin et des spiritueux n'évolue plus dans une seule direction claire, le vin montrant une certaine amélioration tandis que les spiritueux continuent de s'affaiblir, surtout sur les segments les plus chers.

Le rapport de juillet 2026, publié le 9 septembre à Washington, a révélé que le volume total du vin et des spiritueux aux États-Unis a reculé de 6,8 % au cours des 12 derniers mois, tandis que le chiffre d'affaires a diminué de 6,1 %. Sur les trois derniers mois, le volume a baissé de 6,2 % et le chiffre d'affaires a lui aussi reculé de 6,1 %. Ces chiffres globaux suggèrent un marché toujours sous pression, mais le rapport a indiqué que le changement le plus important se produit en sous-main, les deux catégories commençant à afficher des performances différentes.

Les spiritueux restent sous la plus forte pression. SipSource a indiqué que le volume des spiritueux a reculé de 5,7 % sur les trois derniers mois, tandis que le chiffre d'affaires a chuté de 7,1 %. La situation était plus faible qu'en juin, et la baisse du chiffre d'affaires a dépassé celle du volume. Le rapport a estimé que cet écart témoigne d'une pression persistante sur la premiumisation, signe que les consommateurs se détournent des bouteilles les plus chères et recherchent davantage de rapport qualité-prix.

La faiblesse est généralisée à l'ensemble des tranches de prix, mais elle est la plus visible sur le haut de gamme. SipSource a indiqué que tous les segments de prix des spiritueux sont désormais en baisse de plus de 5 % en chiffre d'affaires. La tranche de 50 à 99,99 $ a affiché l'un des reculs les plus marqués, avec un chiffre d'affaires en baisse de 9,5 %. Au total, les spiritueux vendus à plus de 50 $ ont enregistré une baisse de 8,9 % du chiffre d'affaires. Cette tendance suggère que les segments premium et super-premium de la catégorie, qui avaient été d'importants moteurs de croissance ces dernières années, font désormais face à un repli plus marqué des consommateurs.

Le vin, bien qu'encore en baisse dans l'ensemble, présente un tableau plus stable. SipSource a indiqué que le volume de vin a reculé de 6,8 % sur les trois derniers mois, mais que cela marque une amélioration de 110 points de base, soit 1,1 point de

pourcentage, par rapport à juin. Le chiffre d’affaires du vin a baissé de 4,2 %, un recul moindre que dans les spiritueux. Le rapport a précisé que les vins plus chers résistent mieux que les spiritueux plus chers, la performance du chiffre d’affaires s’améliorant nettement sur les niveaux de prix de 16 $ et plus.

Dans le haut de gamme du marché du vin, SipSource a constaté une légère hausse plutôt qu’un recul. Les vins vendus à plus de 50 $ ont enregistré une croissance du chiffre d’affaires de 0,9 % sur les 12 derniers mois. Cela n’indique pas un redressement généralisé du marché, mais suggère que certains consommateurs restent prêts à dépenser pour le vin dans les segments premium, même s’ils deviennent plus prudents sur les spiritueux.

Le rapport a également repéré plusieurs catégories de vin qui progressent malgré le repli général. Le chiffre d’affaires du Champagne a augmenté de 14,7 % sur les trois derniers mois, celui du Prosecco de 10,2 %, et celui du Sauvignon Blanc de 3,2 %. Ces gains témoignent d’une demande toujours présente pour les vins effervescents et certains cépages, alors que les ventes totales de vin restent inférieures à leur niveau de l’année précédente.

Un autre point fort relatif est le circuit de consommation sur place, qui comprend les bars et les restaurants. Pour le vin et les spiritueux combinés, les volumes sur place ont reculé de 2,8 % sur les 12 derniers mois, contre une baisse de 7,5 % dans les circuits hors domicile tels que les cavistes, les supermarchés et les autres points de vente au détail. Ces chiffres suggèrent que les consommateurs réduisent davantage leurs achats pour la consommation à domicile que ceux effectués lorsqu’ils mangent à l’extérieur ou boivent hors de chez eux.

La meilleure tenue de la consommation sur place compte, car elle modifie les lieux où les fournisseurs et distributeurs peuvent trouver une demande plus stable. Un recul plus limité dans les restaurants et les bars peut compenser une partie de la faiblesse du commerce de détail, même si cela ne suffit pas à inverser les pertes globales du marché. Pour les producteurs et les grossistes, cet écart offre aussi une vision plus claire des segments où le comportement des consommateurs évolue le plus vite.

SipSource a indiqué que la question centrale pour le reste de l’année est de savoir si l’écart entre les deux catégories continuera de se creuser. Les producteurs de spiritueux font face à des tendances de chiffre d’affaires plus faibles et à une pression plus forte sur les segments de prix premium, tandis que les fournisseurs de vin constatent une légère amélioration des tendances et un soutien toujours présent pour les vins effervescents et les bouteilles plus chères.

Le rapport décrit un marché qui reste faible au niveau des gros titres, mais devient plus inégal selon la catégorie et le prix. Dans les spiritueux, les consommateurs semblent davantage se tourner vers des produits moins chers, surtout au-dessus de 50 $. Dans le vin, les baisses restent significatives, mais certains segments premium et certains produits comme le Champagne, le Prosecco et le Sauvignon Blanc continuent d’enregistrer des gains, tandis que les bars et les restaurants restent plus performants que les magasins de détail.