vinetur

McManis Family Winery mise en vente pour 77,95 millions de dollars

La faiblesse de la demande, la hausse des coûts et le boycott canadien ont fait chuter d’environ 95 % les exportations de la winery vers le Canada.

jeudi 8 octobre 2026



La filière viticole californienne est sous pression, entre faiblesse de la demande, hausse des coûts et répercussions des tensions commerciales. Des viticulteurs et des propriétaires de wineries dans tout l'État sont contraints de repenser leur activité et, dans certains cas, de mettre en vente des actifs importants.

La situation de McManis Family Winery, dans le nord de la vallée de San Joaquin, en est l'un des signes les plus nets : la propriété est à vendre pour 77,95 millions de dollars. Fondée en 1990, cette entreprise familiale est connue pour ses vignobles autour de Ripon, Clarksburg et Lodi. Elle s'est forgé une réputation en matière de développement durable et a contribué à faire connaître une région longtemps restée dans l'ombre de Napa et de Sonoma. Elle tente aujourd'hui de s'adapter à un marché que de nombreux professionnels du secteur décrivent comme l'un des plus difficiles depuis des décennies.

La filière viticole californienne génère environ 84 milliards de dollars par an, mais le ralentissement touche des producteurs de toutes tailles : marques de niche, entreprises familiales, viticulteurs indépendants et grands groupes viticoles. Des économistes et des spécialistes du secteur ont déclaré à SFGATE que la filière faisait face à une combinaison de difficultés, parmi lesquelles le recul de la consommation de vin, l'évolution des habitudes des consommateurs, l'inflation, le coût de la main-d'œuvre, la surproduction et les pertes liées au boycott canadien des vins américains.

McManis fait partie des entreprises touchées par ce différend commercial. Selon The Sacramento Bee, les exportations de la winery vers le Canada ont chuté d'environ 95 %, passant de 75 000 caisses à 1 000 entre juillet 2025 et juillet 2026. McManis a décliné la demande d'entretien de SFGATE.

Les répercussions plus générales sur les wineries californiennes ont également été importantes. Le Wine Institute, une association qui défend les intérêts des producteurs californiens, a indiqué que l'interdiction canadienne avait coûté 357 millions de dollars aux vignerons en 2025, et que les pertes se poursuivaient cette année. Pour le secteur des boissons, cet exemple montre clairement à quel point les conflits commerciaux peuvent rapidement réduire les ventes à l'export, peser sur la valorisation des entreprises et accélérer les décisions de vendre des vignobles, des wineries ou des

actifs de production. Il met aussi en lumière les effets potentiels à plus long terme sur les capacités de production viticole de la Californie, si davantage de viticulteurs arrachent leurs vignes ou réaffectent leurs terres à d'autres cultures.

Dan Sumner, professeur d'économie agricole et des ressources à l'Université de Californie à Davis, spécialiste de la filière viticole, a déclaré à SFGATE que les droits de douane et les mesures de rétorsion avaient créé une double difficulté. Ils renchérissent les coûts des intrants tout en faisant baisser les prix du vin, en fermant ou en fragilisant les débouchés à l'export. Sumner a indiqué que le Canada était la première destination des vins californiens en bouteille avant que le différend ne perturbe les échanges.

Il a décrit la situation actuelle comme particulièrement grave. Dans ses déclarations à SFGATE, Sumner a expliqué qu'il fallait remonter jusqu'à la Prohibition pour trouver une période de tensions comparable pour la filière, tout en soulignant que les données rendent souvent compte avec retard des difficultés auxquelles viticulteurs et wineries sont confrontés sur le terrain. Selon lui, aucun élément solide ne permet encore d'affirmer que la reprise a commencé.

D'autres analystes estiment que les difficultés ne sont pas uniquement liées au commerce. Jon Maramarco, associé gérant du cabinet de données sur le secteur des boissons alcoolisées bw166, a déclaré à SFGATE que le vin avait bénéficié pendant des années d'une forte demande portée par les baby-boomers, notamment du début des années 1990 jusqu'aux alentours de 2017 ou 2018. Cette génération vieillit et sort progressivement du marché, tandis que la filière peine à susciter chez les jeunes adultes une consommation régulière de vin comparable.

Selon Maramarco, l'évolution du quotidien a également fragilisé la place traditionnelle du vin à table. Il a évoqué le recul des dîners familiaux en semaine, les emplois du temps plus chargés des ménages et l'évolution des priorités de dépenses. Il a également souligné que les jeunes consommateurs faisaient face à une concurrence accrue pour leurs dépenses discrétionnaires, notamment de la part des divertissements numériques et des jeux d'argent en ligne, qui peuvent détourner des achats d'alcool dans les bars, les restaurants ou les commerces.

Cette évolution dépasse le seul secteur du vin. Si les consommateurs achètent moins souvent de l'alcool ou répartissent leurs dépenses entre davantage de catégories, les producteurs de vin doivent affronter la concurrence non seulement de la bière et des spiritueux, mais aussi d'un éventail plus large de modes de vie et de loisirs. Cela peut influer sur les prix, le marketing et les décisions d'investissement dans l'ensemble du secteur des boissons.

À Paso Robles et dans d'autres régions de la côte centrale, le ralentissement se traduit par des ventes immobilières et des fermetures d'entreprises. David Crabtree, agent immobilier du comté de San Luis Obispo qui vend des ranchs et des wineries à Paso Robles et dans ses environs depuis 1990, a déclaré à SFGATE que la région avait mis des décennies à passer du statut de simple étape sur la route à celui de grande destination viticole. Selon lui, Paso Robles a attiré des wineries de niche, obtenu d'excellentes notes à l'international pour ses vins, développé ses restaurants, ses activités de divertissement et son tourisme, avant d'éveiller également l'intérêt de groupes.

Pendant la pandémie, la demande de vin et de spiritueux a fortement progressé, a déclaré Crabtree. Mais la période qui a suivi a marqué un net changement. L'inflation et les coûts de main-d'œuvre sont restés élevés, tandis que les ventes d'alcool ont faibli, en particulier chez les consommateurs de la génération Z. Il en a résulté, selon lui, un décalage entre une offre conçue sur la base de prévisions de croissance antérieures et un marché qui évolue plus lentement.

Ce déséquilibre est déjà visible dans la région. SFGATE a rapporté que Chronic Cellars avait fermé sa salle de dégustation à Paso Robles en avril. E&J Gallo a fermé Courtside Cellars, à San Miguel, et licencié 47 personnes l'automne dernier. Region SLO, un bar à vin situé à côté de l'Hotel SLO et une déclinaison de Region Sonoma, a également fermé en juillet.

Dans le même temps, les annonces immobilières témoignent de la mise à l'épreuve des valorisations. Crabtree représente plusieurs biens liés au vin, dont Locatelli Vineyards and Winery, à San Miguel, une winery familiale en activité depuis 1996. La propriété comprend 97 acres, dont 37,50 acres de vignes en production, et est proposée à 5,5

millions de dollars. Il commercialise également une maison de six chambres entourée d’environ 51 acres plantés en cabernet sauvignon, petite sirah et sauvignon blanc, auxquels s’ajoutent 21 acres non plantés, pour environ 4,8 millions de dollars.

Crabtree a déclaré à SFGATE que les acheteurs pouvaient désormais acquérir des wineries et des vignobles pour un prix inférieur au coût de développement de propriétés similaires à partir de zéro. Il estime que l’installation de puits et de systèmes d’irrigation, ainsi que la plantation de porte-greffes sur des terres vierges à Paso Robles, pourrait coûter environ 30 000 à 50 000 dollars l’acre. Les vignobles déjà en production, a-t-il précisé, se vendent à peu près à ce prix, ce qui revient à attribuer peu ou pas de valeur au terrain lui-même.

La situation pourrait ouvrir des perspectives aux investisseurs qui croient à une reprise du marché, même si les exploitants actuels sont en difficulté. Crabtree et Sumner ont tous deux déclaré à SFGATE que des capitaux continuaient d’affluer dans la filière viticole californienne, apportés par de riches acheteurs de Los Angeles et de la Silicon Valley. Une partie de ces fonds soutient de petites wineries ou des acquisitions spéculatives par des propriétaires en mesure d’absorber des pertes sur la durée.

Maramarco a indiqué que certaines wineries parvenaient aussi à limiter les dégâts en nouant des relations plus étroites avec leurs clients. Il a déclaré à SFGATE que les producteurs plus petits et plus agiles pouvaient encore réussir en associant des échanges directs à la winery à une communication régulière en ligne et sur les réseaux sociaux. Selon lui, les exploitants les plus solides s’appuient sur cette combinaison pour fidéliser leur clientèle tout en cherchant à attirer de nouveaux consommateurs.

La situation reste néanmoins difficile à court terme. Les wineries familiales, les viticulteurs et les entreprises de plus grande taille se demandent s’ils doivent continuer à investir dans les vignobles ou les remplacer par d’autres cultures susceptibles d’offrir des rendements plus stables. À mesure que les pertes à l’export s’accumulent et que la demande intérieure reste faible, ces choix pourraient redessiner certaines parties du paysage viticole californien et influer sur les volumes que l’État pourra fournir aux détaillants, aux restaurants et aux distributeurs dans les années à venir.