vinetur

En 2026, trois pressions distinctes pèsent sur les producteurs sud-américains

Un nouveau rapport souligne la baisse de 4,7 % des ventes en Argentine en septembre, le recul des exportations chiliennes et la hausse de 13,2 % des vendanges en Uruguay, qui pèsent sur les marges régionales.

jeudi 12 novembre 2026



Le secteur viticole sud-américain fait face simultanément à trois difficultés distinctes : le recul de la demande intérieure en Argentine, le fléchissement de la demande à l'exportation au Chili et la hausse des stocks en Uruguay après une récolte plus abondante. Dans l'ensemble, la région se caractérise par une consommation inégale, un écoulement de l'offre plus difficile et une pression croissante sur les marges.

Selon un article publié par WineMag.it le mercredi 11 novembre, les dernières données de 2026 montrent que les tensions ne se concentrent ni sur un seul marché ni sur un seul type de vin. Chacun des trois pays fait face à un problème différent au sein du même secteur, ce qui oblige les producteurs à revoir leurs plans de vente, leurs assortiments et leurs stratégies commerciales.

En Argentine, les tensions proviennent principalement du marché intérieur. Les expéditions de vin destinées à la vente sur le marché national ont totalisé 707 145 hectolitres en septembre 2026, soit une baisse de 4,7 % par rapport à septembre 2025. Le recul a été plus marqué que la tendance observée sur les neuf premiers mois de l'année, période durant laquelle les ventes intérieures ont diminué de 0,2 %, à 5,48 millions d'hectolitres. Le bilan annuel reste donc plus stable que ne le laisse penser le seul chiffre de septembre, mais le ralentissement mensuel n'en est pas moins notable.

Le repli observé en Argentine n'a pas touché toutes les catégories de la même manière. Les vins de cépage ont enregistré la plus forte baisse, avec un recul de 14,3 % en septembre et de 18,1 % de janvier à septembre. Les vins sans indication de cépage ont diminué de 0,2 % en septembre. Dans le même temps, les vins effervescents ont progressé de 3,6 % et les autres catégories de 13,4 %.

La demande des consommateurs a également évolué différemment selon la couleur des vins. Les vins blancs ont progressé de 8 % en septembre, tandis que les rouges et les rosés ont reculé de 9,3 %. Cette évolution indique que le marché ne se contracte pas dans son ensemble, mais que les catégories se recomposent, certaines subissant davantage les tensions que d'autres.

Au Chili, le principal problème concerne la demande extérieure. Selon le rapport, les exportations de vin en bouteille ont diminué de 5,3 % en volume et de 5,2 % en valeur de janvier à septembre 2026. Ce recul s'inscrit dans un ralentissement plus général des

exportations. WineMag.it a cité le bulletin d’octobre d’Odepa, l’organisme agricole du pays, qui faisait état d’une baisse des exportations totales de vin de 8,8 % en volume et de 6,4 % en valeur sur la même période.

Les vins en vrac ont subi des pressions encore plus fortes. Les volumes expédiés à l’étranger dans cette catégorie ont chuté de 11,4 %, signe que les difficultés ne se limitent pas aux circuits haut de gamme ou aux marques. Les données montrent qu’il reste difficile d’écouler l’offre disponible, en particulier sur les segments qui dépendent de flux commerciaux plus importants.

Les résultats du Chili à l’exportation ont également varié selon les destinations. Les ventes de vin en bouteille ont progressé au Brésil, au Royaume-Uni et en Russie, mais reculé aux États-Unis, en Chine et au Japon. Cette disparité explique en partie pourquoi les producteurs cherchent à diversifier leurs débouchés plutôt qu’à compter sur une reprise unique de la demande mondiale.

WineMag.it indique que les entreprises chiliennes associent la recherche de nouveaux marchés à une évolution de leur stratégie commerciale. Elles investissent notamment dans l’œnotourisme, sélectionnent davantage leurs portefeuilles de marques et mettent davantage l’accent sur des vins plus frais, plus légers et moins alcoolisés, y compris des alternatives désalcoolisées. Cette évolution reflète les changements de préférences des consommateurs et montre que les domaines cherchent à répondre à la concurrence non seulement au sein du secteur viticole, mais aussi sur l’ensemble du marché des boissons, où l’offre de boissons peu ou pas alcoolisées est plus vaste qu’auparavant.

L’Uruguay fait face à un autre problème : une offre de vin plus abondante dans un marché qui peine à l’absorber. Les vendanges 2026 ont produit 70,39 millions de litres, soit une hausse de 13,2 % par rapport à 2025, à partir d’environ 93,2 millions de kilogrammes de raisins. Achevées en avril, elles ont bénéficié de conditions météorologiques favorables. WineMag.it rapporte que l’absence de pluies problématiques a permis de récolter les raisins à maturité optimale, sans les vendanges précoces parfois imposées par des préoccupations sanitaires.

Mais la reprise de la production s’est heurtée à une faible consommation intérieure et à l’accumulation des stocks. Le rapport indique que les médias uruguayens ont fait état de vins invendus dans les chais et de difficultés commerciales susceptibles de peser sur la trésorerie des entreprises. Cet enjeu est important, car des flux de trésorerie plus tendus peuvent influencer les décisions d’achat de raisins pour la prochaine campagne et répercuter la pression des domaines sur les viticulteurs.

En Uruguay, des problèmes logistiques et portuaires ont également été évoqués comme des obstacles à la gestion commerciale, même si les informations disponibles n’en mesurent pas précisément l’impact. Même sans estimation exacte, la combinaison d’une production plus abondante, d’une demande faible et de stocks existants rend les ventes plus difficiles pour les domaines.

Pris ensemble, ces trois marchés illustrent différentes formes de tension dans la filière viticole sud-américaine. L’Argentine fait face au ralentissement de la demande intérieure, en particulier pour les vins de cépage. Le Chili subit le recul de ses exportations, tant en bouteille qu’en vrac. L’Uruguay doit composer avec une récolte plus importante qui a gonflé les stocks dans un marché peu porteur.

Ces signaux comptent pour l’ensemble du secteur des boissons, bien au-delà du seul vin. La baisse des ventes intérieures, l’affaiblissement des circuits d’exportation et la hausse des stocks peuvent influer sur les prix, les actions promotionnelles et le développement des produits, tout en incitant les producteurs à proposer des vins plus légers et moins alcoolisés, ou d’autres alternatives, pour attirer des consommateurs dont les habitudes de consommation évoluent.