vinetur

Le marché américain du vin montre les premiers signes d’un redressement, selon des analystes

L’excédent de vin en Californie pèse sur les prix : Turrentine détient 25 millions de gallons et le vin en vrac de Napa coûte 12 dollars le gallon

jeudi 12 novembre 2026



Mardi 10 novembre, lors du Wine Industry Financial Symposium 2026, des analystes financiers ont déclaré que le secteur américain du vin montrait les premiers signes d'une amélioration, malgré l'excédent de l'offre, la faiblesse de la demande de vin en vrac et la prudence des consommateurs, qui continuent de peser sur le marché.

Le message de la séance d'ouverture était mesuré : le secteur n'a pas encore atteint son point bas, mais certains indicateurs laissent penser que le redressement pourrait être plus proche que ne l'anticipaient de nombreux producteurs. Audra Cooper, vice-présidente de Turrentine Brokerage, a évoqué « quelques signaux positifs », tout en soulignant qu'il restait « beaucoup de travail à accomplir ».

Audra Cooper s'est intéressée aux volumes de raisins et au marché du vin en vrac, deux éléments qui restent au cœur des perspectives du secteur. Elle a indiqué qu'elle tablait toujours sur une récolte californienne de 2025 proche de 2,3 millions de tonnes, comme elle l'avait prévu un an plus tôt. Elle a également estimé que les conditions météorologiques liées à un épisode El Niño attendu pourraient contribuer à une récolte plus faible en 2027. Selon elle, les deux prochaines vendanges seront déterminantes pour savoir à quelle vitesse le marché pourra se rééquilibrer.

Selon elle, le marché du raisin et du vin en vrac évolue encore lentement. Certaines appellations, notamment Napa Valley, Santa Lucia Highlands et Russian River Valley, ont enregistré une demande plus soutenue que de nombreuses autres régions. À la fin des vendanges 2026, les prix du raisin sur le marché au comptant avaient commencé à remonter, a-t-elle indiqué, mais pas suffisamment pour annoncer un redressement généralisé en Californie.

Elle a indiqué que le comté de Sonoma avait terminé les vendanges avec des prix du raisin supérieurs à ceux de Napa Valley, un renversement qui a surpris certains participants. Selon Audra Cooper, Sonoma n'a pas connu le même niveau d'opérations de déstockage en fin de saison, tandis que les stocks excédentaires à Napa semblent avoir incité certains vendeurs à baisser leurs prix.

Parmi les cépages, le Sauvignon Blanc et les autres vins blancs, à l'exception du Chardonnay, continuent de susciter l'intérêt des acheteurs. Audra Cooper a estimé que ces vins semblent passer du statut de tendance passagère à celui de segment plus

établi, avec davantage de plantations et de greffages sur la Central Coast et la North Coast. Elle a toutefois mis en garde contre le risque de réagir de façon excessive à un seul signal positif et d'accroître trop rapidement les plantations.

Le principal problème reste celui des vieux stocks. Selon Audra Cooper, la demande de vin en vrac issu des millésimes 2024 et antérieurs est très faible. Si ces volumes ne sont pas écoulés dans les huit à 12 mois, les progrès réalisés grâce à l'arrachage des vignes pourraient être compromis. Elle a précisé qu'environ un tiers des stocks actuels de Turrentine n'avait pas de véritable débouché commercial ni d'usage.

Turrentine détient environ 25 millions de gallons de vin en stock, contre 20 millions un an plus tôt, a-t-elle indiqué. Cet excédent d'offre a fortement fait baisser les prix, y compris dans les zones haut de gamme. Le vin en vrac de Napa est tombé à 12 dollars le gallon, contre 16,25 dollars un an plus tôt, selon Audra Cooper. Le prix du vin en vrac de Sonoma est descendu à 7 dollars le gallon, tandis que certaines régions de l'intérieur des terres affichent des prix aussi bas que 3,50 dollars le gallon.

Ces baisses sont douloureuses pour les vendeurs, mais elles font aussi partie du réajustement qui s'opère actuellement en Californie. Selon Audra Cooper, le marché du vin en vrac aura probablement encore besoin d'environ un an avant d'atteindre un véritable point bas. La situation compte pour l'ensemble du secteur des boissons, car la baisse des prix du vin californien en vrac peut influer sur les stratégies d'approvisionnement, les marges et la pression concurrentielle dans les portefeuilles de vins, y compris sur les segments directement concurrencés par les importations dans les circuits de la grande distribution et de la restauration.

La demande des consommateurs reste une autre source de pression. Danny Brager, consultant en boissons alcoolisées chez 3 Tier Beverages et Azur Associates, a expliqué que le bruit ambiant, dans le secteur comme à l'extérieur, pouvait empêcher les producteurs de se concentrer sur ce que les consommateurs expriment réellement à travers leurs achats. Lorsque les données sont isolées, a-t-il précisé, un petit nombre de catégories continuent d'afficher de bonnes performances.

Danny Brager a cité le Cabernet de Napa Valley vendu à plus de 50 dollars, le Pinot Noir de l'Oregon, les vins sans alcool et les boissons prêtes à boire parmi les segments en croissance. Il a toutefois averti les producteurs qu'ils ne devaient pas courir après chaque tendance sans tenir compte de son potentiel à grande échelle. Les vins vendus à plus de 100 dollars ne sont consommés que par environ 4 % de la population, a-t-il indiqué, et les vins sans alcool ne représentent encore que 0,5 % des ventes de vin.

Selon lui, les acheteurs envoient un signal plus clair en faveur du rapport qualité-prix et de la praticité. La vigueur persistante des vins blancs, des vins importés et des boissons prêtes à boire à base de vin laisse penser que le prix influence davantage les décisions d'achat. Il a également relevé que les ventes de vin en formats inférieurs à 750 millilitres avaient progressé de plus de 7 %.

Cette hausse pourrait refléter des budgets plus serrés, une consommation plus modérée, ou les deux, a indiqué Danny Brager. Il a comparé les formats de petite contenance dans le vin à ceux d'autres catégories d'alcool : environ 70 % des bières et 24 % des spiritueux sont vendus en petits formats, contre seulement 5 % des ventes de vin. Avec les foyers d'une ou deux personnes, qui représentent désormais plus de la moitié des ménages américains, l'écart entre les formats devient de plus en plus difficile à ignorer, a-t-il souligné.

Danny Brager a exhorté les domaines à ne pas négliger les jeunes consommateurs, notamment ceux qui achètent aujourd'hui des boissons aromatisées prêtes à boire. Selon lui, nombre d'entre eux devraient se tourner vers d'autres catégories en vieillissant, et le vin doit être prêt à les séduire lorsque leurs goûts et leurs revenus évolueront.

Les données présentées par Kaleigh Theriault, directrice de la réflexion stratégique pour le secteur des boissons alcoolisées chez NIQ, étayaient cette analyse. Elle a indiqué que la génération Z abordait l'alcool de façon plus réfléchie que les générations précédentes, sans pour autant rejeter le vin. De nombreux membres de la génération Z ayant l'âge légal pour boire vivent encore chez leurs parents, a-t-elle expliqué, et consomment souvent ce qui est déjà acheté pour le foyer.

Kaleigh Theriault a indiqué que la génération Z arrivait en tête de toutes les tranches d'âge lorsqu'on demandait aux personnes interrogées si elles pensaient consommer plus ou moins d'alcool au cours de l'année à venir : 44 % prévoyaient d'en boire davantage, les millennials arrivant juste derrière. À l'inverse, les baby-boomers étaient plus enclins à modérer leur consommation. Elle a toutefois précisé que les jeunes consommateurs n'arrivaient pas assez rapidement dans la catégorie pour compenser entièrement les pertes liées à la réduction de la consommation ou au départ des consommateurs plus âgés.

Selon Kaleigh Theriault, les dépenses de la génération Z en vin continuent d'augmenter d'une année sur l'autre, mais pas au rythme souhaité par le secteur. À ses yeux, il est encore trop tôt pour juger cette génération trop sévèrement : il faudra attendre plusieurs années supplémentaires pour que le marché puisse mieux cerner ses comportements à long terme.

Dans le même temps, Kaleigh Theriault a souligné que le vin subissait des pressions économiques plus larges, qui ne se limitent pas aux évolutions générationnelles. Environ un tiers des personnes interrogées dans le cadre d'une récente étude auprès des consommateurs ont déclaré réduire leurs achats de boissons alcoolisées pour économiser. Par rapport à l'année précédente, la proportion de consommateurs se disant en situation d'insécurité financière a augmenté de plusieurs points de pourcentage.

Ce contexte modifie la manière dont les consommateurs définissent la valeur. Kaleigh Theriault a indiqué que le vin restait fortement associé à la qualité, mais que la catégorie devrait peut-être revoir la façon dont elle présente sa valeur aux consommateurs. Selon elle, la valeur ne se résume pas à un prix bas. Elle dépend aussi de la praticité, de la qualité perçue et du sentiment que le produit a sa place dans la vie quotidienne.

Elle a indiqué que les grandes enseignes généralistes et les magasins-entrepôts attiraient davantage de consommateurs de boissons : si les dépenses par visite peuvent y être plus élevées, le coût à l'unité est moindre. Alors que les ménages font moins souvent leurs courses et cherchent à faire durer leur budget, le vin se retrouve moins souvent dans leur panier. « Le vin n'a pas perdu de sa pertinence, a déclaré

Kaleigh Theriault. Il perd des occasions de consommation. »