vinetur

Au Brésil, le Black Friday a supplanté l’hiver comme principale période de vente de vin

Au Brésil, plusieurs semaines de promotions peuvent représenter 20 % des ventes annuelles et stimuler les vins blancs, rosés et effervescents

vendredi 20 novembre 2026



Les promotions du Black Friday redessinent le marché du vin au Brésil : elles font de la période des achats de fin d'année la principale saison de vente du secteur, devant l'hiver, et modifient les choix des consommateurs.

Des dirigeants de grands importateurs et distributeurs ont déclaré jeudi 19 novembre à Bloomberg Línea que l'extension des promotions du Black Friday, qui ne se limitent plus à une seule journée mais s'étalent sur plusieurs semaines, a fait de novembre et décembre la période la plus dynamique de l'année pour les ventes de vin au Brésil. Cette évolution a également stimulé la demande de vins blancs, rosés et effervescents, davantage associés à l'été et aux fêtes qu'au froid.

Chez Grupo Wine, dont le chiffre d'affaires annuel avoisine 1 milliard de R $, la période du Black Friday peut représenter 20 % des ventes annuelles au détail, selon Gabriel Benz, directeur B2C du groupe. Chez Víssimo, propriétaire d'Evino et de Grand Cru, les ventes de novembre et décembre sont environ deux fois supérieures à la moyenne des dix mois précédents, a indiqué son directeur général, Antony Martins.

Pendant des années, le vin a été largement considéré au Brésil comme une boisson d'hiver, les mois froids concentrant les ventes les plus importantes du secteur. Cette tendance s'est atténuée avec l'essor du Black Friday dans la grande distribution et son extension progressive à l'ensemble du mois. Selon les dirigeants interrogés, la saison des ventes de fin d'année s'est ainsi élargie et rivalise désormais avec l'hiver, voire le dépasse en importance.

Cette évolution ne se limite pas au calendrier des ventes au détail. Elle modifie la saisonnalité du secteur des boissons, influe sur la vitesse d'écoulement des stocks et change le moment où les importateurs brésiliens négocient des remises avec les domaines étrangers. Elle a également des conséquences pour d'autres catégories de boissons importées, qui dépendent des taux de change, de la gestion des stocks et des calendriers promotionnels.

Les vendeurs de vin indiquent que les promotions de 2026 se déroulent dans un contexte de stocks particulièrement élevés et de renforcement du dollar américain. Ils s'attendent néanmoins à proposer des remises plus intéressantes que le reste de l'année, en partie parce que de nombreux importateurs ont constitué leurs stocks plus

tôt, lorsque le taux de change leur était plus favorable.

Gabriel Benz a indiqué que Grupo Wine avait négocié avec les producteurs en mai et en juin, puis importé des marchandises lorsque le dollar valait moins de 5 R $, avant de grimper de plus de 15 % après les élections. Selon lui, cette préparation, plutôt que les remises négociées en novembre, a été déterminante pour rendre possibles les promotions de fin d'année. L'entreprise prévoit une hausse de 11 % de son volume de ventes pendant la campagne cette année.

Antony Martins a indiqué que le dernier trimestre a toujours été important en raison de Noël, mais que le Black Friday a modifié l'équilibre au sein de cette période. Novembre a pris suffisamment de poids pour que l'événement commercial soit désormais aussi important que Noël pour l'activité de Víssimo, a-t-il déclaré. Les deux derniers mois de l'année forment ainsi une saison de vente du vin plus forte et plus homogène.

Même Mistral, importateur spécialisé dans les vins plus chers et s'adressant à des consommateurs généralement plus connaisseurs, a intégré le Black Friday à son calendrier. Son directeur général, Otavio Lilla, a déclaré que cette période était désormais bien ancrée dans le cycle promotionnel brésilien, même si elle ne modifie pas autant le chiffre d'affaires annuel moyen de Mistral que celui des distributeurs plus généralistes.

L'évolution de la saisonnalité se voit également dans les vins consommés par les Brésiliens. Selon Gabriel Benz, le vin rouge représente 70 à 75 % des ventes de Grupo Wine au premier semestre. En fin d'année, cette part tombe à 60-65 %, tandis que les vins blancs, rosés et effervescents progressent, portés par les fêtes et la consommation estivale. En novembre 2025, les ventes de vins effervescents et d'autres vins plus légers chez Wine ont été multipliées par 3 à 4, a-t-il précisé. Antony Martins a indiqué que Víssimo observe la même tendance : les ventes de vins blancs et effervescents progressent plus rapidement, même si les rouges restent la première catégorie en volume.

Les distributeurs indiquent également que l'attention des consommateurs ne se concentre plus sur une seule journée d'achats. Comme dans de nombreux autres marchés, le Black Friday s'étale au Brésil sur plusieurs semaines. Certaines entreprises

affirment que les remises de 2026 ont commencé bien avant novembre, le marché ayant entamé l'année avec des stocks élevés après la faiblesse des ventes à la fin de 2025.

Antony Martins a déclaré que les volumes importés en 2026 avaient augmenté plus rapidement que les volumes vendus, laissant le secteur avec davantage de produits qu'il ne le souhaitait. Pour Evino, dont le positionnement est davantage axé sur les promotions, cela s'est traduit par un recours accru aux remises. Gabriel Benz estime que le Black Friday devrait malgré tout donner lieu aux réductions les plus importantes de l'année, car le stockage des excédents coûte cher aux fournisseurs et les marques ont peu intérêt à conserver longtemps des stocks élevés.

Otavio Lilla a toutefois remis en question la logique des remises permanentes. Selon lui, lorsque les distributeurs proposent des réductions toute l'année, la distinction entre prix promotionnel et prix réel du produit peut devenir floue. Mistral organise traditionnellement en début d'année une campagne de déstockage des articles en fin de série. Otavio Lilla a indiqué que le Black Friday avait désormais déplacé une partie de cet effort promotionnel à une autre période du calendrier. Les deux campagnes ont une importance comparable pour l'entreprise, a-t-il ajouté.

Malgré les perspectives de ventes positives pour la campagne en cours, à l'approche du Black Friday du 27 novembre, les dirigeants ont déclaré que le marché serait confronté à un contexte tarifaire difficile après la fin de l'année, principalement en raison des pressions sur les taux de change et de l'incertitude économique générale.

Gabriel Benz a indiqué que Grupo Wine avait eu recours aux négociations avec les fournisseurs, à la couverture du risque de change et aux importations via des entrepôts sous douane pour atténuer l'impact des fluctuations monétaires, mais qu'il prévoyait des hausses de prix progressives après le Black Friday. Antony Martins a déclaré que les prévisions de Víssimo reposaient déjà sur un dollar à 5,70 R $ et que l'ampleur du mouvement des taux de change dépassait la marge de l'entreprise, qui ne pourrait donc pas absorber entièrement la hausse si la devise se maintenait à ce niveau.

Les domaines étrangers ont pris en charge une partie des coûts afin de préserver leur position au Brésil, l'un des rares marchés du vin encore en croissance, ont déclaré les dirigeants. Ils ont toutefois ajouté que les producteurs étrangers avaient une marge de manœuvre limitée, car ils sont confrontés au recul de la consommation mondiale d'alcool, aux tensions commerciales et à la baisse des ventes de vin dans d'autres pays.

Selon les dirigeants, l'accord commercial entre le Mercosur et l'Union européenne, dont la mise en œuvre a commencé en 2026, pourrait faire baisser le prix des vins européens au Brésil, même si une partie de cet avantage pourrait être compensée par la réforme fiscale brésilienne.

Malgré la probable hausse des prix, les distributeurs observent toujours une tendance des consommateurs à payer davantage pour de meilleures bouteilles, un phénomène souvent qualifié de montée en gamme. Antony Martins a indiqué que, si le nombre total de bouteilles vendues pouvait être sous pression, le panier moyen augmentait. Il a cité les résultats d'Evino dans les vins italiens haut de gamme : le distributeur, axé sur les produits d'entrée de gamme, est devenu le premier vendeur en volume au Brésil de Barolo et de Brunello, des appellations dont les bouteilles coûtent souvent plus de 300 R $.

Pour Mistral, cette tendance contribue à expliquer l'importance du Black Friday, même pour un importateur haut de gamme, a déclaré Otavio Lilla. Des remises pouvant atteindre 60 % permettent aux clients d'accéder à des vins qu'ils n'achèteraient pas habituellement au prix fort. L'événement commercial devient ainsi un moyen de faire découvrir des vins plus chers, plutôt que de simplement écouler des stocks de produits bon marché.