vinetur

Le secteur vitivinicole chilien prévoit un recul des ventes de 4 à 5 % en 2026

La baisse des coûts de fret et la stabilisation des marchés à l’export pourraient rendre 2027 plus stable, avec le Brésil en tête de la demande

dimanche 22 novembre 2026



Le secteur vitivinicole chilien s’attend à une nouvelle année difficile en 2026, avec un recul probable des ventes de 4 à 5 %, mais entrevoit des perspectives plus stables en 2027, à mesure que les coûts de fret diminueront et que les principaux marchés à l’export seront moins volatils, selon Alfonso Undurraga, président de l’organisation professionnelle Vinos de Chile.

Dans un entretien publié le samedi 21 novembre, Undurraga a déclaré que le secteur avait commencé 2026 sur une meilleure dynamique, avec un premier trimestre solide qui avait fait naître l’espoir d’une reprise. Selon lui, la situation a changé en mars, lorsque les tensions impliquant l’Iran ont fait grimper les prix du pétrole et les coûts de transport, pénalisant une activité fortement dépendante des expéditions à l’étranger et déjà confrontée à la faiblesse de la consommation mondiale de vin.

Le Chili exporte environ 80 % du vin qu’il produit en volume, selon les chiffres cités de l’Office des études et des politiques agraires du pays. Cette dépendance rend les domaines particulièrement sensibles aux tarifs de fret, aux fluctuations monétaires et aux variations de la demande à l’étranger. Undurraga a déclaré que le ralentissement actuel constituait la crise la plus longue et la plus grave qu’il ait connue dans le secteur, conjuguant une consommation en baisse et une tendance plus générale de certains consommateurs à privilégier des boissons moins alcoolisées.

Il a toutefois indiqué que cette situation n’avait pas entraîné de défaillances généralisées. De nombreux domaines ont réagi par des restructurations, une réduction de leurs activités et d’autres ajustements, tandis que les fermetures et les faillites sont restées limitées. Cette distinction est importante pour les producteurs, les viticulteurs et les distributeurs de toute la filière vitivinicole chilienne, sous pression depuis plusieurs années.

Undurraga a indiqué que plusieurs marchés à l’export avaient contribué à amortir le recul. Le Brésil est devenu la destination phare et occupe désormais sans conteste la première place parmi les marchés du Chili, a-t-il déclaré, poursuivant sa croissance alors que de nombreuses destinations traditionnelles s’affaiblissent. Le Canada a également surpris le secteur. Selon lui, le Chili a tiré parti des tensions commerciales entre le Canada et les États-Unis, qui ont réduit la présence des vins américains sur le

marché canadien. La croissance a été la plus forte en 2025, a-t-il précisé, et les ventes de vins chiliens au Canada affichaient encore une hausse de 7 % sur les 12 derniers mois.

La Russie a constitué un autre relais, mais avec des limites. Undurraga a déclaré que les exportations de vin chilien vers la Russie avaient augmenté de 27 % en 2026, la guerre en Ukraine ayant réorienté les approvisionnements russes au détriment de nombreux fournisseurs européens. Il a toutefois indiqué que ce marché était concentré sur les vins à bas prix : les principaux bénéficiaires ont donc été les producteurs chiliens d'entrée de gamme, plutôt que le segment haut de gamme que le secteur souhaiterait développer.

Cette tendance reflète une dynamique plus générale de la position du Chili à l'export. Undurraga a déclaré que le Chili, quatrième exportateur mondial de vin, pouvait parfois gagner des parts de marché en période de ralentissement économique, car ses vins sont généralement moins chers que ceux de France, d'Italie et d'Espagne. En période de crise, les consommateurs se tournent souvent vers des produits moins chers plutôt que de renoncer totalement à la catégorie. Pour l'ensemble du secteur des boissons, le Chili est donc un pays important à suivre : l'évolution de ses exportations de vin peut influer sur les prix, les promotions et l'espace en rayon sur les principaux marchés des boissons alcoolisées, tandis que les différends commerciaux peuvent détourner la demande d'un fournisseur vers un autre.

L'Inde reste un objectif à plus long terme plutôt qu'un moteur immédiat de croissance. Undurraga a déclaré que le Chili avait beaucoup investi pour développer ce marché, mais qu'un droit de douane de 150 % freinait encore les progrès. Le gouvernement chilien travaille à un accord de libre-échange qui pourrait être conclu en 2026 ou peu après, a-t-il indiqué. Même si c'était le cas, les résultats prendraient du temps, car le vin ne fait pas encore partie des habitudes de nombreux consommateurs indiens, malgré l'importance du marché des spiritueux dans le pays.

Il a établi un parallèle avec le parcours antérieur de la Chine, où l'accord commercial conclu avec le Chili avait permis au pays de devenir l'un des dix premiers marchés à l'export en cinq ans. L'Inde pourrait prendre plus de temps, a-t-il déclaré. Pour 2027, le

secteur ne s’attend pas à une forte hausse de la demande, mais prévoit un environnement de marché plus ordonné si les perturbations internationales s’atténuent.

Undurraga a déclaré que le Brésil devrait continuer à envoyer des signaux positifs en 2027 et a également cité le Mexique, la Colombie, le Pérou et le Venezuela parmi les marchés dont le potentiel de croissance reste important. La Russie pourrait reculer si la guerre en Ukraine prend fin et si la concurrence européenne revient, a-t-il estimé, même si cela toucherait principalement le segment des vins les moins chers.

Au sujet des perspectives générales, il a déclaré ne pas voir apparaître de nouvelle menace majeure au-delà des pressions auxquelles le secteur est déjà confronté. Il a cité la baisse des prix du pétrole comme une raison d’anticiper une diminution des tarifs de fret et indiqué que le secteur espérait une modération des incertitudes liées à la politique américaine et à sa politique commerciale. Selon lui, la normalisation de la situation actuelle, plutôt qu’une hausse de la demande, suffirait à faire de 2027 une meilleure année que 2026.

Undurraga a également estimé que le Chili devait consacrer davantage de moyens à la promotion de ses vins à l’étranger. Il a déclaré que le soutien public à la promotion internationale ne représentait qu’environ 1 million de dollars US, bien loin des plus de 50 millions de dollars US dépensés par les trois premiers exportateurs mondiaux de vin. Il a évoqué le fait que le Chili accueillera pour la première fois Vinexpo Explorer, un événement qui devrait réunir 50 acheteurs d’une trentaine de pays, comme un exemple de plateforme commerciale susceptible d’améliorer l’image du pays et de décrocher des commandes à l’export.

Sur le marché intérieur, il a déclaré que le secteur devait également retrouver sa place après plusieurs années de baisse de la consommation et d’évolution des habitudes de consommation. Pour les producteurs chiliens, il ne s’agit plus seulement de traverser une période de ralentissement. Ils doivent aussi défendre la place du vin sur un marché des boissons où les consommateurs ont davantage de choix, sont plus sensibles aux prix et, dans bien des cas, s’intéressent moins à la consommation traditionnelle de vin qu’il y a dix ans.