

Les actualités Vins & Spiritueux

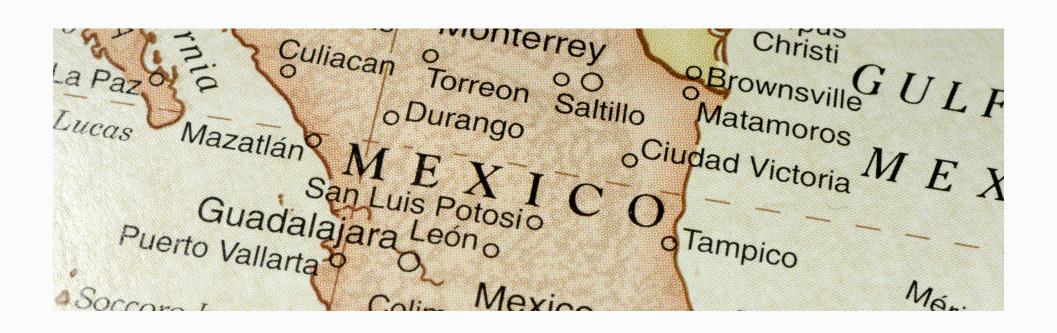
UN TOUR D'HORIZON DE L'ACTUALITÉ DES VIGNOBLES DU MONDE ENTIER!





Le marché mexicain du vin en pleine croissance

- Un marché en progression : avec 1,2 L/an/habitant, la consommation de vin augmente, portée par les occasions festives.
- Les vins français brillent : 5e en volume, mais 2e en valeur grâce à des marques premium, notamment de Champagne et Bordeaux.
- Clés d'accès : collaboration avec importateurs locaux et communication ciblée via des influenceurs.
- <u> Lire l'article complet</u>



L'IA, nouvelle muse des vignobles

- Optimisation des récoltes : grâce aux capteurs et algorithmes, l'IA aide à surveiller la santé des vignes, analyser les sols et prévoir les rendements.
- Une vinification de précision : dans les caves, l'IA affine les fermentations et détecte les anomalies pour garantir des vins d'excellence.
- Innovation dans la commercialisation : l'analyse des données client permet aux producteurs de mieux cibler leurs marchés et de personnaliser leur offre.





Production mondiale de vin : un creux historique

- Un niveau record depuis 1961 : en 2023, la production mondiale de vin a chuté à 258 millions d'hectolitres, un niveau jamais vu depuis plus de 60 ans, selon l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV).
- Impact climatique : des conditions météorologiques extrêmes (sécheresses et températures inhabituelles) ont particulièrement impacté les grands producteurs européens comme la France, l'Italie et l'Espagne.
- Conséquences régionales : l'hémisphère sud a enregistré sa plus faible production en 20 ans, avec des baisses notables en Afrique du Sud et au Chili, tandis que l'Argentine a connu une légère augmentation.



Le vin blanc premium : 20 ans d'évolution

- Le boom du vin blanc : depuis 2020, les ventes de vin blanc ont explosé, atteignant un pic de 38 % en 2023. Ce succès s'explique par le développement du vin apéritif dînatoire.
- Boire moins, mais mieux : depuis 2020, les consommateurs privilégient les vins de 12 à 20 €, délaissant les bouteilles à moins de 8 €. Une tendance qui reflète une quête de qualité.
- Engagement environnemental : Les vins en biodynamie passent de 1 à 6 % des parts de marché, même si l'agriculture conventionnelle ou raisonnée domine toujours (83 %).



Fine Wine : les étoiles montantes et les chutes libres du marché 2024

- Un marché sous pression : en 2024, le marché des grands vins a chuté sans relâche, avec les indices Liv-ex en baisse de 9 à 12,5 %. Seules 11 marques du top 100 ont vu leurs prix augmenter cette année.
- L'Italie brille : avec 22 marques dans le classement (contre 13 en 2023), l'Italie dépasse ses rivaux grâce à des producteurs comme Gaja (+36 places, 2e) et San Guido (+54 places, 3e). Sassicaia 2020 est le 8e vin le plus vendu.
- Une année historique pour l'Espagne : Vega Sicilia, porté par la demande américaine, devient le 1er vin espagnol à dominer le classement Power 100, avec une hausse de 324 % des volumes vendus.





Treasury Wine Estates : une acquisition stratégique en Chine

- Expansion en Chine : TWE investit 18 M\$ pour acquérir 75 % de Stone & Moon Winery dans la province de Ningxia, renforçant ainsi sa présence locale et sa stratégie de sourcing multi-pays pour Penfolds.
- Focus local : Stone & Moon possède 43 hectares de vignes et produit des cépages comme le Cabernet Sauvignon et le Marselan, déjà utilisés dans les vins Penfolds d'origine chinoise, comme "One by Penfolds".
- Un retour stratégique : Malgré les tensions commerciales entre la Chine et l'Australie, TWE a maintenu son engagement, lançant des vins premium produits en Chine (CWT 521) et se préparant à la réouverture du marché.





Laura Catena : défendre le vin face aux discours anti-alcool

- "In Defense of Wine": Laura Catena, médecin et viticultrice, lance un site regroupant des études scientifiques solides pour contrer les idées reçues sur les effets du vin et répondre aux attaques infondées des lobbies anti-alcool.
- Combat scientifique et culturel : le site vise à équiper professionnels et amateurs pour défendre le vin, notamment sur ses bienfaits potentiels dans le cadre d'une consommation modérée, et à démystifier les amalgames entre alcool et tabac.
- Appel à la responsabilisation : L. Catena encourage la filière à promouvoir une consommation responsable, notamment lors des dégustations, tout en valorisant les atouts du vin comme patrimoine culturel et produit sain, soutenu par des données scientifiques fiables.





Les vins de Bourgogne : nouvelle campagne de communication

- Une campagne inédite après 10 ans : le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) investit 2 millions € dans une campagne visant à casser l'image élitiste des vins de Bourgogne. Avec l'accroche "Tellement", les visuels mettent en avant des thématiques variées comme "durable", "gourmand", ou "pétillant".
- Cible stratégique : les milléniaux (25-39 ans) CSP+ et les jeunes urbaines amatrices de vin blanc sont au centre de cette communication.
- Diversité et convivialité : en valorisant la richesse des AOP bourguignonnes et leur adéquation avec de nombreuses occasions, la campagne veut en finir avec les idées reçues, affirmant que les vins de Bourgogne sont tout aussi appréciables dans des moments simples et conviviaux.



Champagne en grande distribution

- Baisse notable des ventes : les données 2024 montrent un recul de 13,5 % en volume (12,82 millions de bouteilles) et de 8,2 % en valeur (424 millions €). Malgré ces chiffres, le prix moyen d'une bouteille atteint 24,82 € (+6,1 %), consolidant l'image premium du champagne.
- Performances contrastées : Champagne brut : en baisse, mais reste la catégorie dominante (53,3 % des ventes). Champagne rosé : forte progression (+9,2 % en volume, +9,1 % en valeur). Champagne demi-sec : résistance avec une légère hausse (+0,9 % en volume, +4 % en valeur).
- Résilience et perspectives : malgré la concurrence des autres vins effervescents, le champagne maintient sa place incontournable. L'innovation et l'adaptation aux attentes des consommateurs seront essentielles pour redynamiser le marché.





Charles III et les vins royaux : une sélection prestigieuse!

- Une sélection raffinée : le roi Charles III attribue son Royal Warrant à six champagnes emblématiques (dont Bollinger, Moët & Chandon, et Veuve Clicquot), un vin effervescent anglais (Camel Valley), un cognac (Thomas Hine), et un porto (Taylor's).
- Un atout international : ce sceau royal, symbole d'excellence, renforce la visibilité des marques à l'international. Bollinger, détenteur du warrant depuis 140 ans, l'affiche fièrement sur toutes ses bouteilles.
- Un contexte fiscal tendu : les opérateurs britanniques, comme Waitrose et Berry Bros & Rudd, se préparent à de fortes hausses de taxes et des surcoûts administratifs sur le marché local.

