

Wine Trade Monitor 2024

By Hopscotch Sopexa



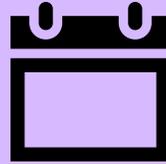
10TH
EDITION



CONTEXTE



**BAROMÈTRE
INTERNATIONAL**



**DEPUIS
2009**



**VINS TRANQUILLES
ET EFFERVESCENTS**

Les objectifs de la démarche :

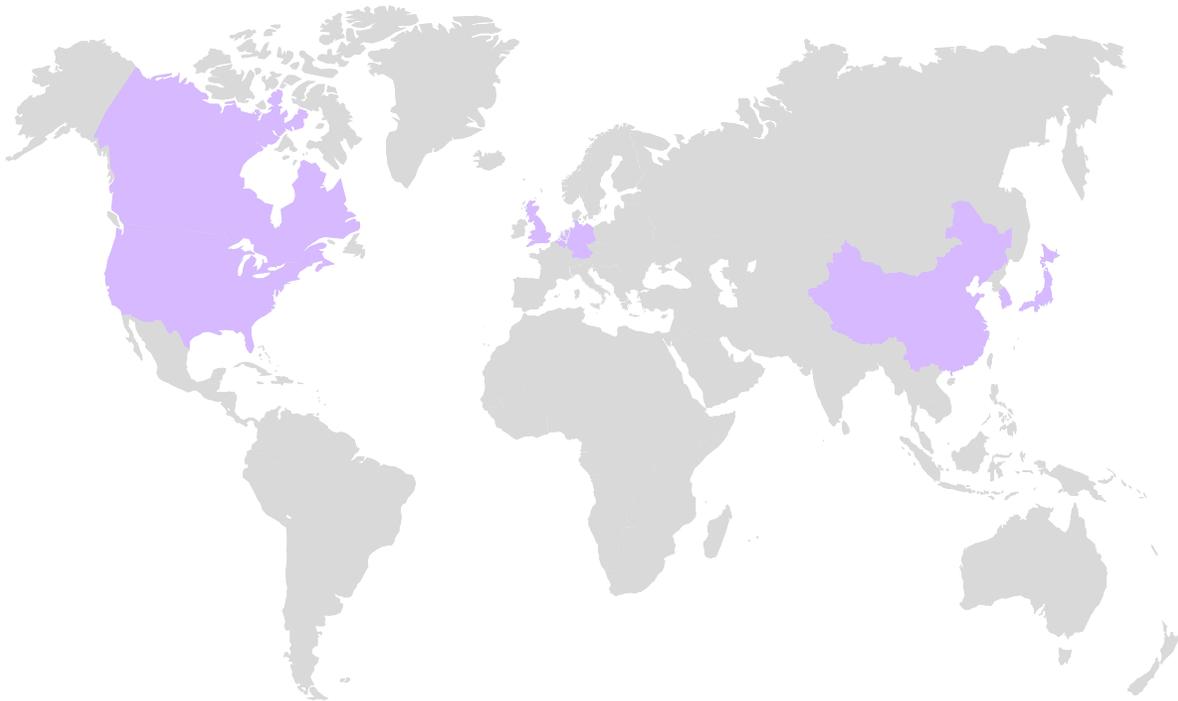
- Générer un contenu exclusif émanant des opérateurs locaux des marchés du vins
- Comprendre les tendances des marchés et anticiper leurs évolutions
- Renforcer l'expertise sectorielle et internationale du groupe



**10TH
EDITION**



PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE



9 MARCHÉS CLÉS

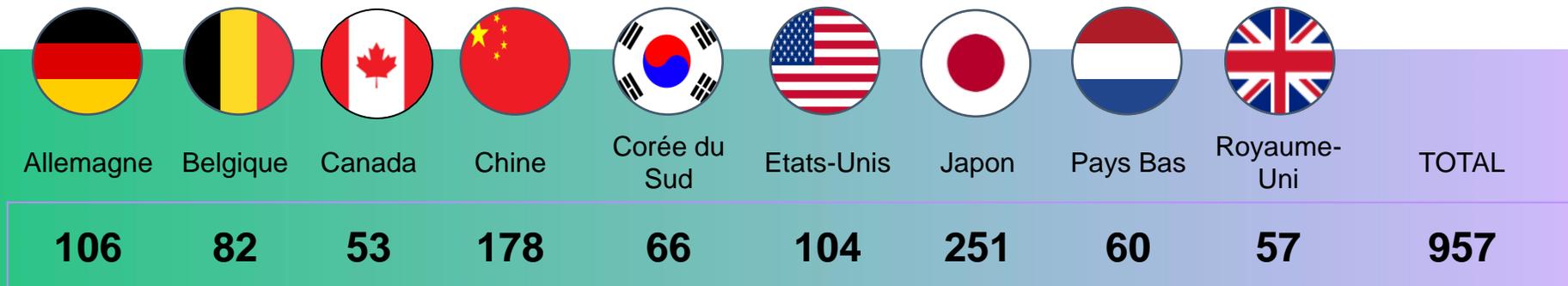
	Rang mondial d'importation de vin en 2022 (volume)	Rang mondial de consommation de vin en 2022 (volume)
Allemagne	2	4
Belgique	8	21
Canada	6	13
Chine cont.	7	8
Corée du sud	23	29
Etats-Unis	1	1
Japon	10	17
Pays-Bas	5	15
Royaume-Uni	3	5

NEW

Source : OIV, TDM, consolidation Sopexa

CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON

L'édition 2024 du Wine Trade Monitor a mobilisé **957 professionnels** du vin de **9 pays**.

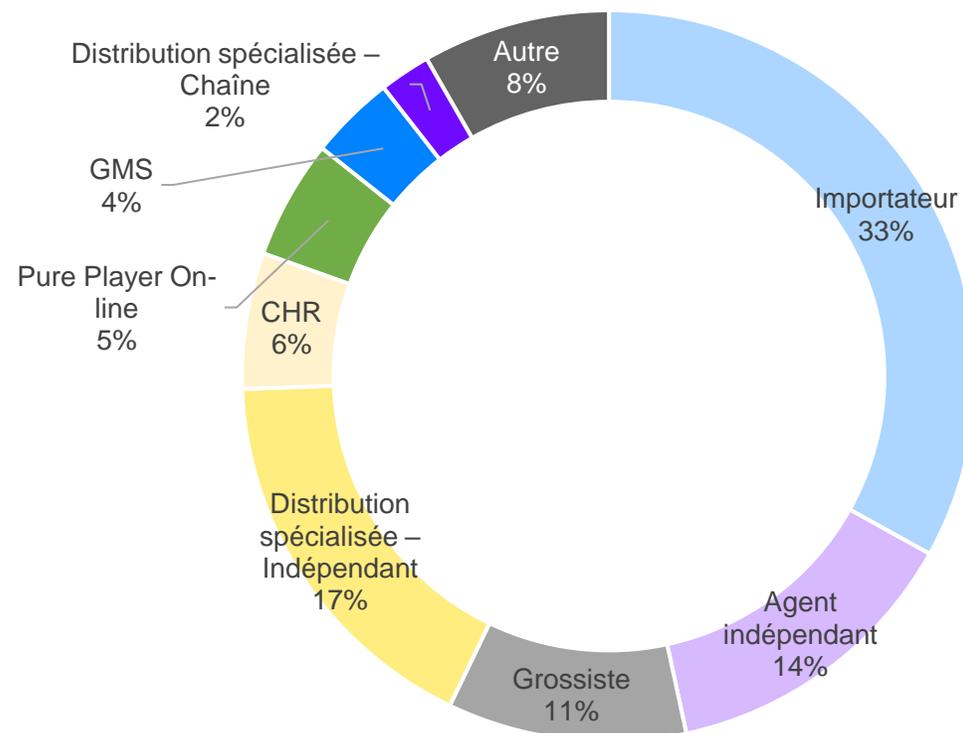


10TH
EDITION



CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON

Une majorité
de fournisseurs :
64%



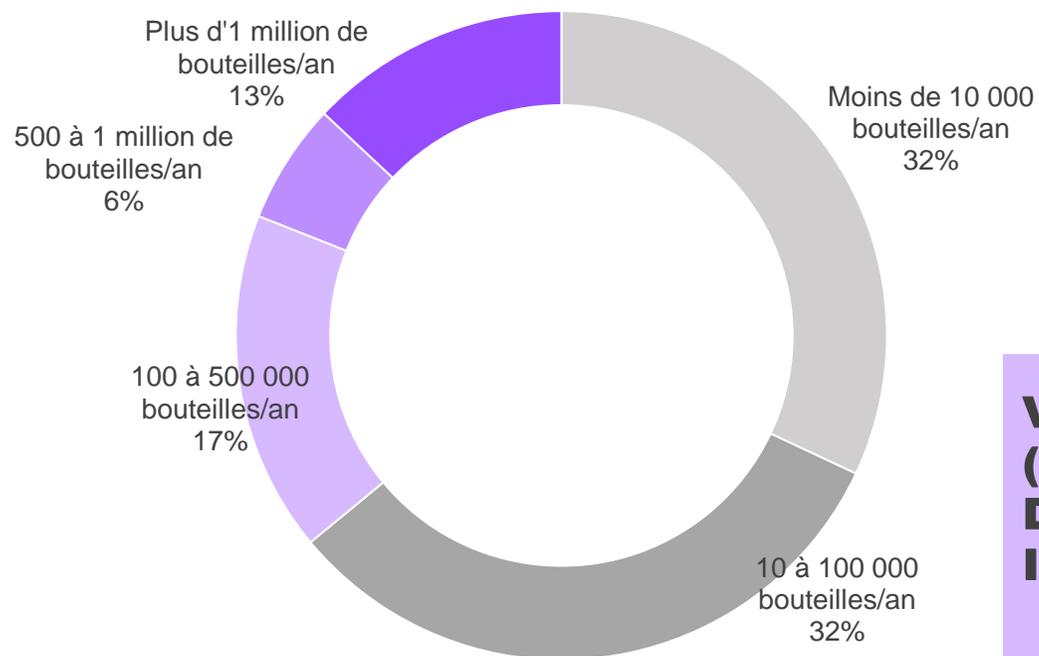
VOTRE ACTIVITÉ

Base: Ensemble des répondants
(n exprimés=957) – Moyenne des 9 pays

CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON

Plus d'un tiers de l'échantillon commercialise

+ de 100 000 bouteilles par an



VOLUME D'ACHAT PAR AN (ÉQUIVALENT BOUTEILLE) DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=957) – Moyenne des 9 pays





8 ENSEIGNEMENTS DU WINE TRADE MONITOR 2024

8 ENSEIGNEMENTS DU WINE TRADE MONITOR 2024



Une focale centrée sur l'Europe



L'origine, élément déterminant de l'image d'un vin



Verre à moitié vide ou à moitié plein ?



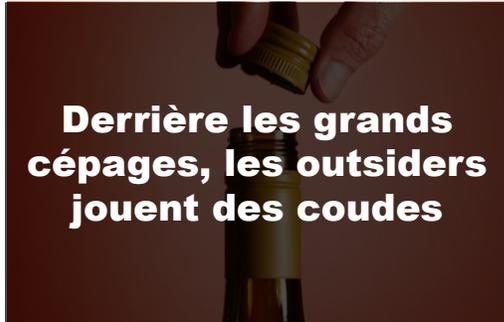
Une offre de vins en quête de renouveau



L'authenticité, une promesse à géographie variable



Une volonté de diversité dans les préférences d'appellations



Derrière les grands cépages, les outsiders jouent des coudes



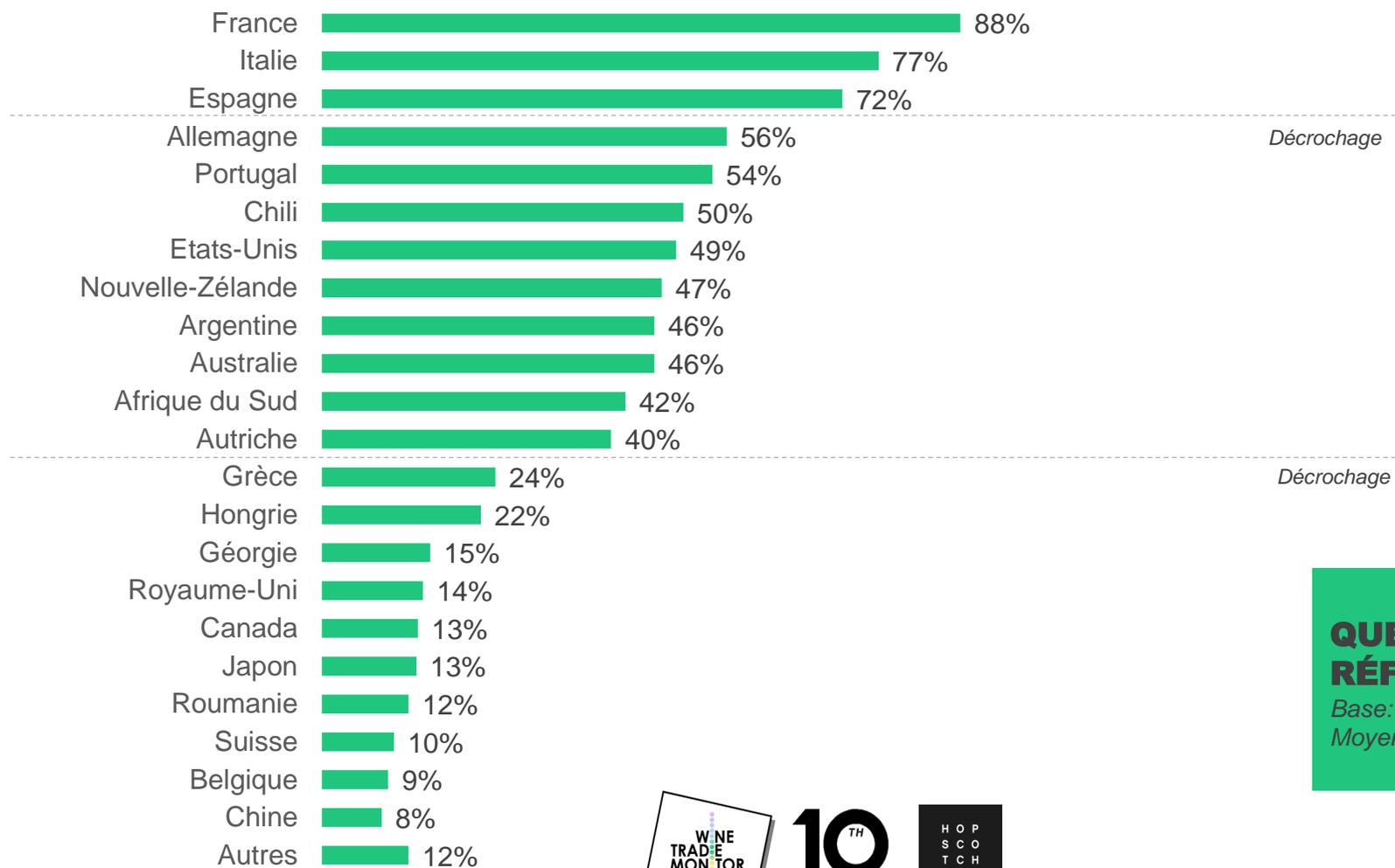
La bouteille, format roi qui se renouveau

01

■ **UNE FOCALE CENTRÉE**
sur l'Europe



LA FRANCE, L'ORIGINE QUE L'ON RETROUVE CHEZ LE PLUS D'OPÉRATEURS



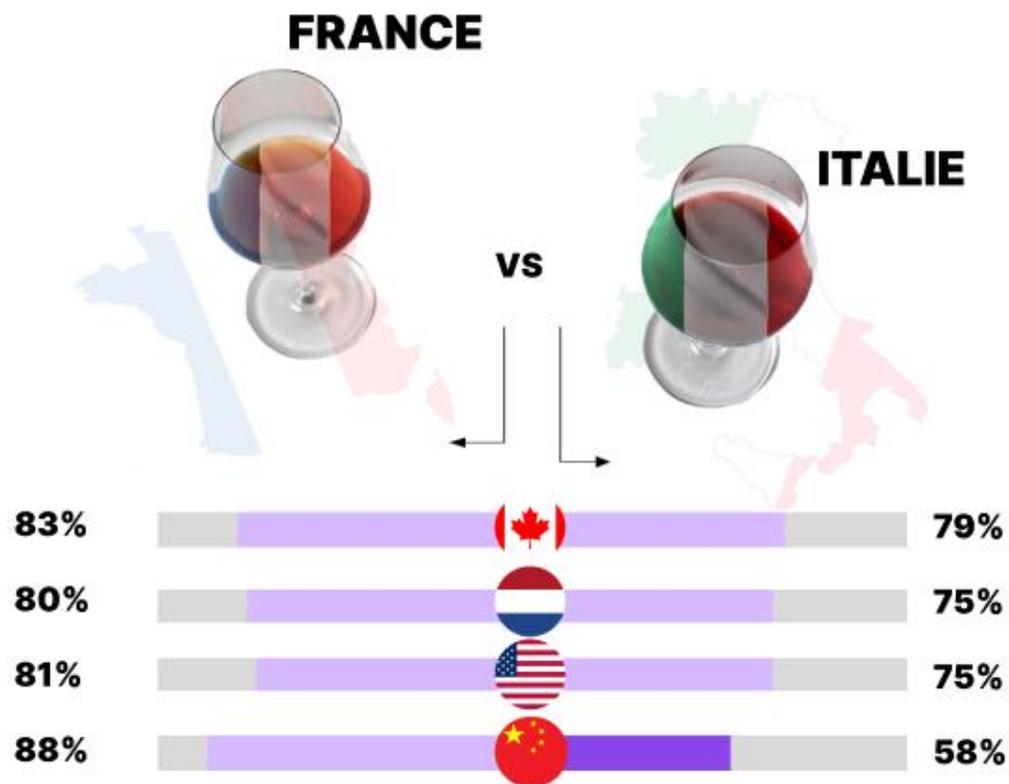
QUELLES ORIGINES DE VINS RÉFÉRENCEZ-VOUS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=957) – Moyenne des 9 pays

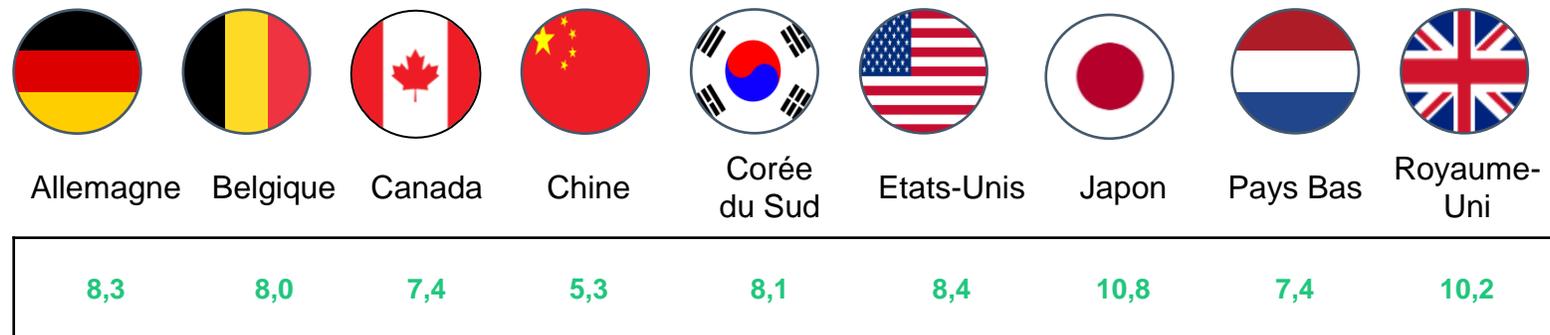


FRANCE/ITALIE : LE FACE-À-FACE

Si l'Italie est bien référencée sur les marchés matures, elle accuse un retard certain par rapport à la France en Chine.



8 ORIGINES DIFFÉRENTES EN MOYENNE DANS LES PORTFOLIOS



En **Belgique**, les opérateurs proposent un portefeuille plus étoffé cette année (+1,6 points), au profit des vins d'Amérique du Sud (Chili, Argentine) et de Grèce

A l'inverse, l'offre des **professionnels néerlandais** s'est réduite cette année, au détriment des origines les plus lointaines

Le **Japon** et le **Royaume-Uni** sont les deux marchés qui référencent le plus d'origines, comme en 2021



NOMBRE MOYEN D'ORIGINES RÉFÉRENCÉES

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=957)



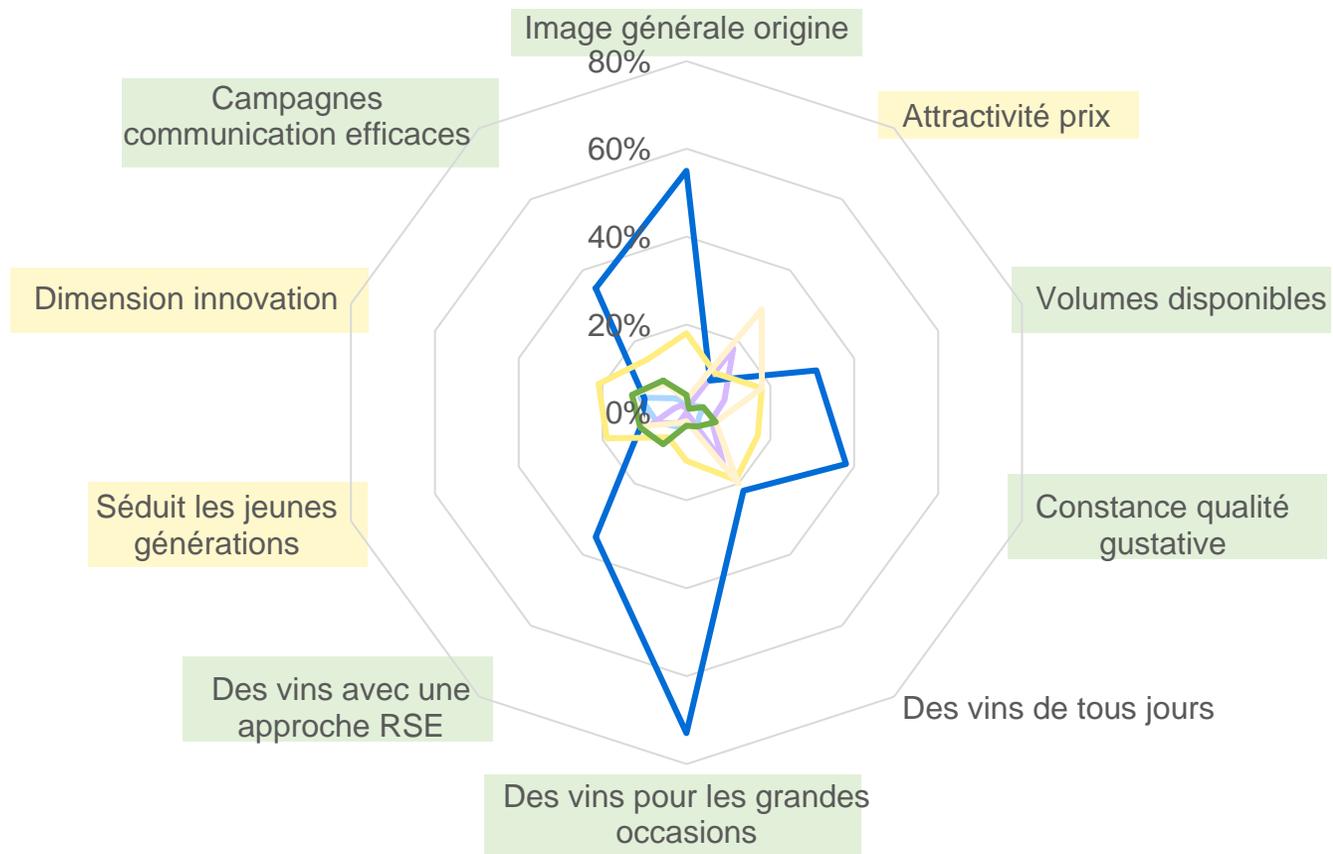
02

**L'ORIGINE,
ÉLÉMENT DÉTERMINANT**

■ De l'image d'un vin

LA FRANCE, L'ORIGINE QUI A LA MEILLEURE IMAGE GÉNÉRALE - SYNTHÈSE

— Australie — Chili — France — Italie — Espagne — Etats-Unis



La France est leader de loin

La France est à la traîne

POUR CHACUN DES CRITÈRES SUIVANTS, QUELLE EST L'ORIGINE QUI VOUS PARAÎT LA PLUS PERFORMANTE :

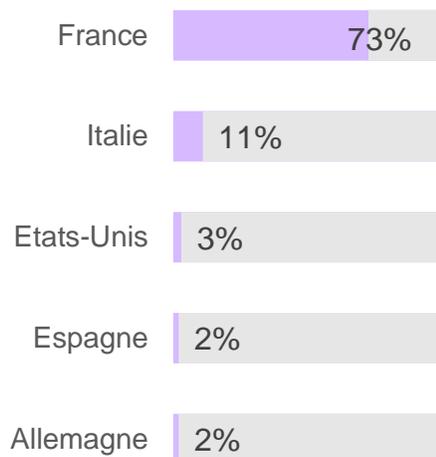
Base: Ensemble des répondants (n exprimés=889) – Moyenne des 9 pays



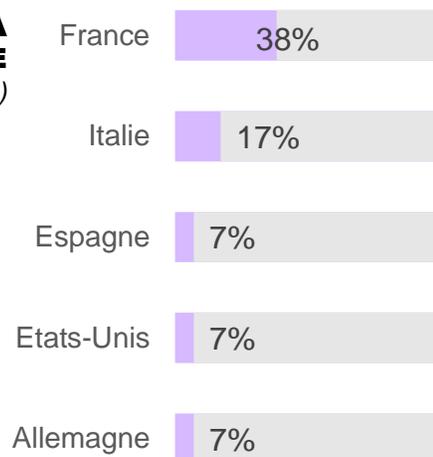
UNE OFFRE FRANÇAISE À HAUTE VALEUR AJOUTÉE



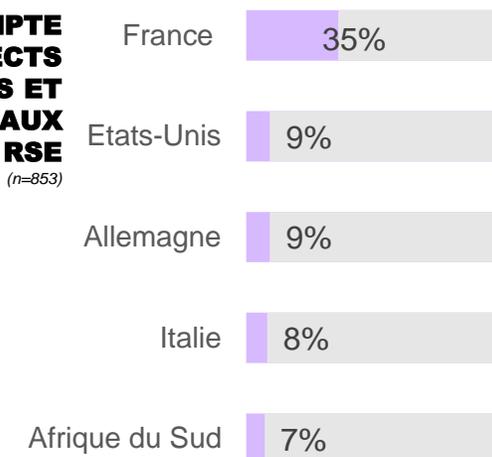
VINS POUR LES GRANDES OCCASIONS (n=884)



CONSTANCE DE LA QUALITÉ GUSTATIVE (n=994)



PRISE EN COMPTE DES ASPECTS CLIMATIQUES ET ENVIRONNEMENTAUX RSE (n=853)

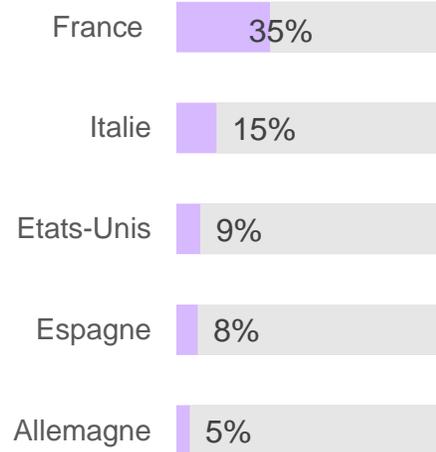


POUR CHACUN DES CRITÈRES SUIVANTS, QUELLE EST L'ORIGINE QUI VOUS PARAÎT LA PLUS PERFORMANTE :

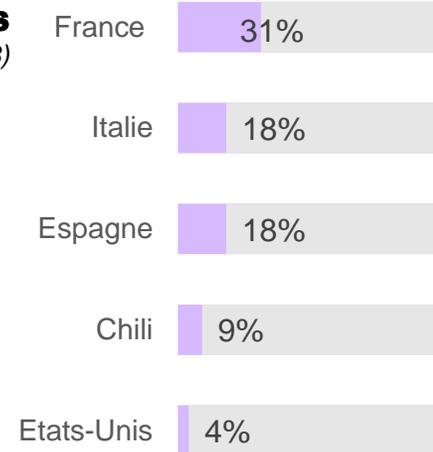
Base: Ensemble des répondants (n exprimés=889) – Moyenne des 9 pays

UNE OFFRE FRANÇAISE QUI N'EST PAS SEULEMENT EXCLUSIVE

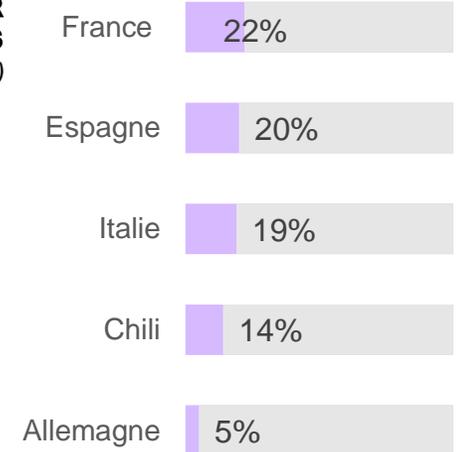
CAMPAGNES DE COMMUNICATION COLLECTIVES ET/OU NATIONALES EFFICACES (n=963)



VOLUMES DISPONIBLES (n=883)



DES VINS POUR TOUS LES JOURS (n=883)

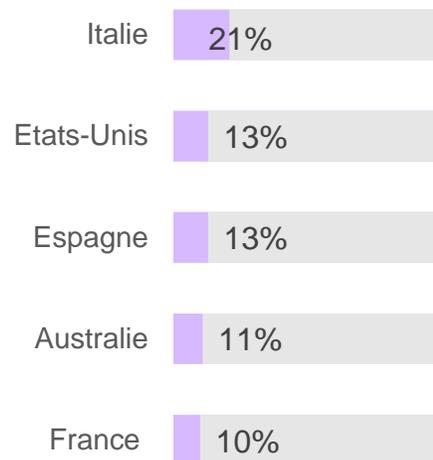


POUR CHACUN DES CRITÈRES SUIVANTS, QUELLE EST L'ORIGINE QUI VOUS PARAÎT LA PLUS PERFORMANTE :

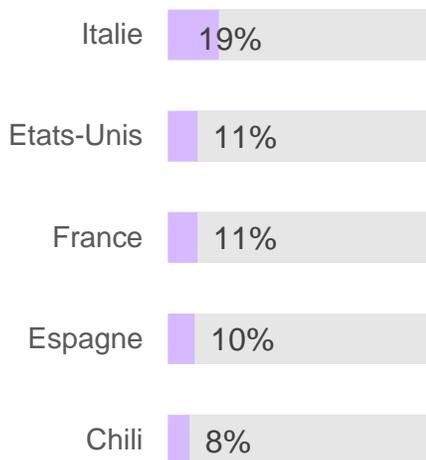
Base: Ensemble des répondants (n exprimés=889) – Moyenne des 9 pays

ITALIE, ESPAGNE, ETATS-UNIS : DES ORIGINES QUI SE RÉINVENTENT

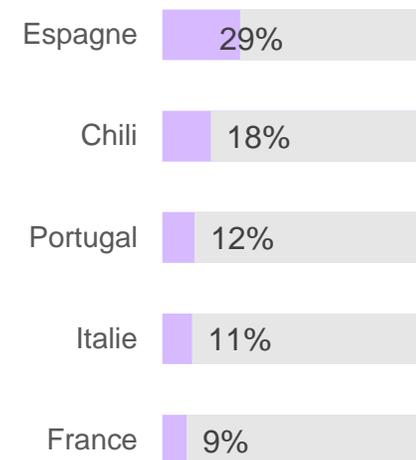
DIMENSION INNOVATION (n=864)



DISPOSE D'UNE GAMME DE VIN QUI SÉDUIT LES JEUNES GÉNÉRATIONS (n=875)



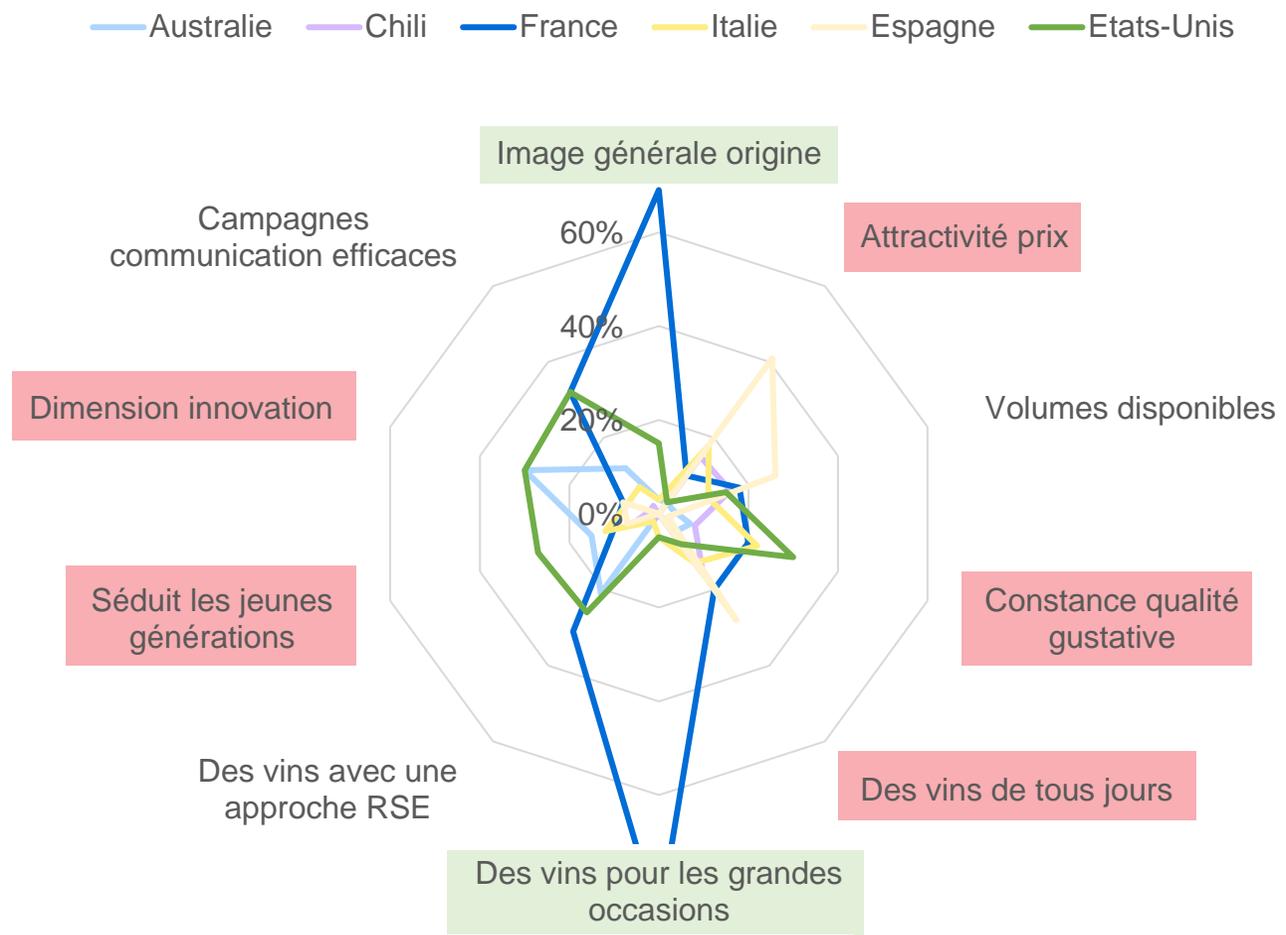
L'ATTRACTIVITÉ DU PRIX (n=888)



POUR CHACUN DES CRITÈRES SUIVANTS, QUELLE EST L'ORIGINE QUI VOUS PARAÎT LA PLUS PERFORMANTE :

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=889) – Moyenne des 9 pays

FOCUS CORÉE DU SUD – DES VINS FRANÇAIS QUI PROFITENT DE L'IMAGE PREMIUM QUI LEUR EST ASSOCIÉE DANS UN CONTEXTE DE CROISSANCE DE LA CONSOMMATION



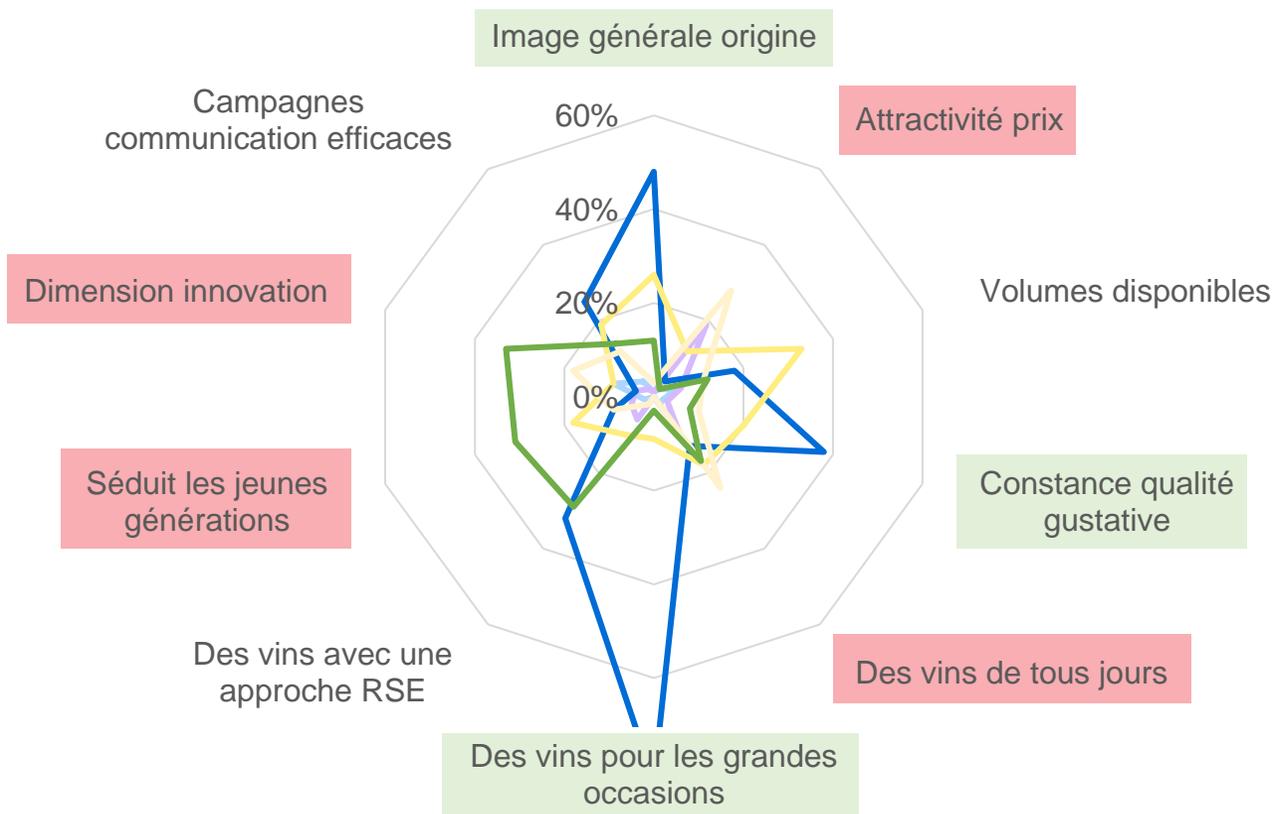
La France est leader de loin

La France est à la traîne



FOCUS ETATS-UNIS – UN ENJEU DE RENOUVELLEMENT DE L'IMAGE DES VINS FRANCAIS DANS UN MARCHE OU LA CONSOMMATION DE VIN SE STABILISE

— Australie — Chili — France — Italie — Espagne — Etats-Unis



La France est leader de loin

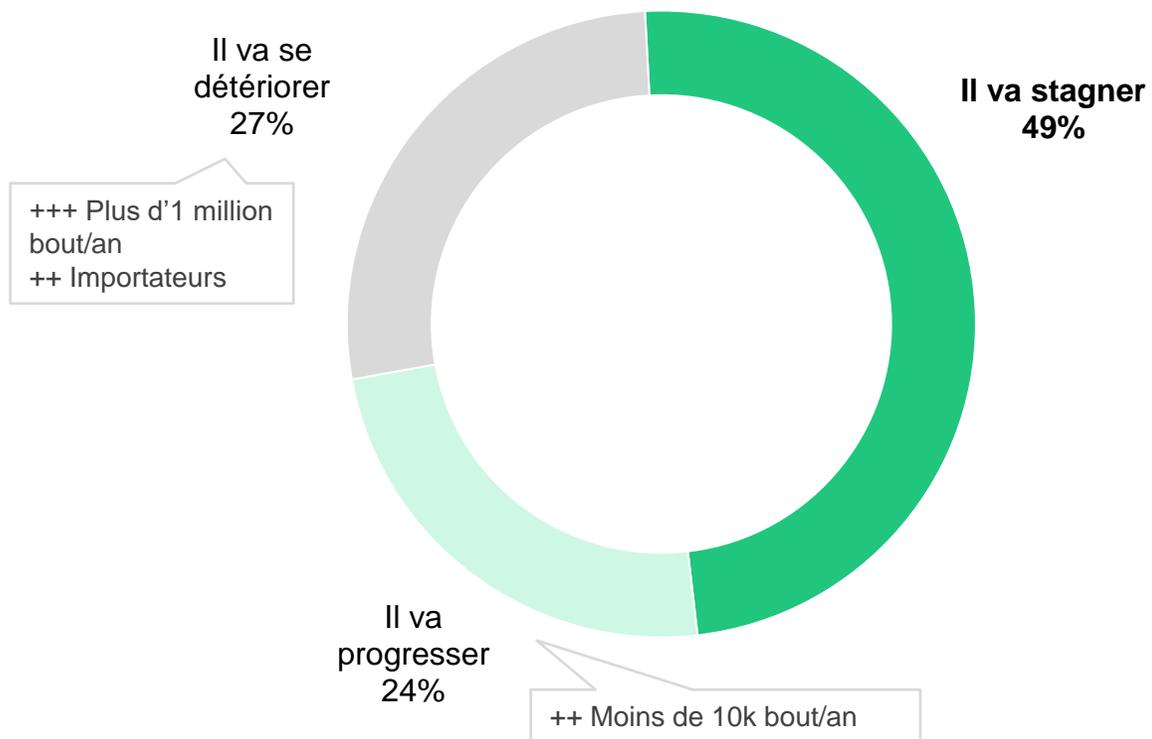
La France est à la traîne

A close-up photograph of a hand pouring red wine from a bottle into a glass. The wine is captured mid-pour, creating a dynamic splash. The background is softly blurred, showing a wooden table and another glass. The overall lighting is warm and intimate.

03 ■

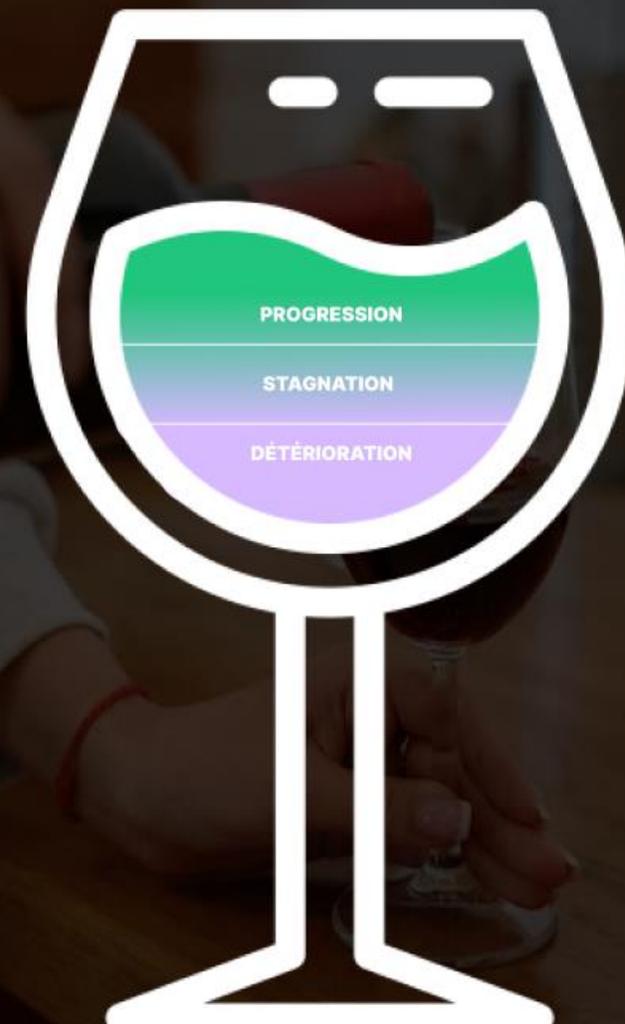
VERRE À MOITIÉ VIDE
Ou à moitié plein ?

Une évolution morose du marché selon les professionnels



D'UNE MANIÈRE GÉNÉRALE, COMMENT VOYEZ-VOUS L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ DES VINS SUR LES 24 PROCHAINS MOIS ?

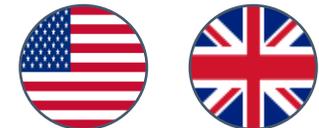
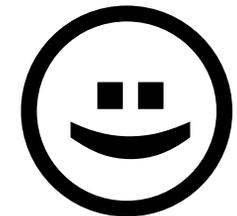
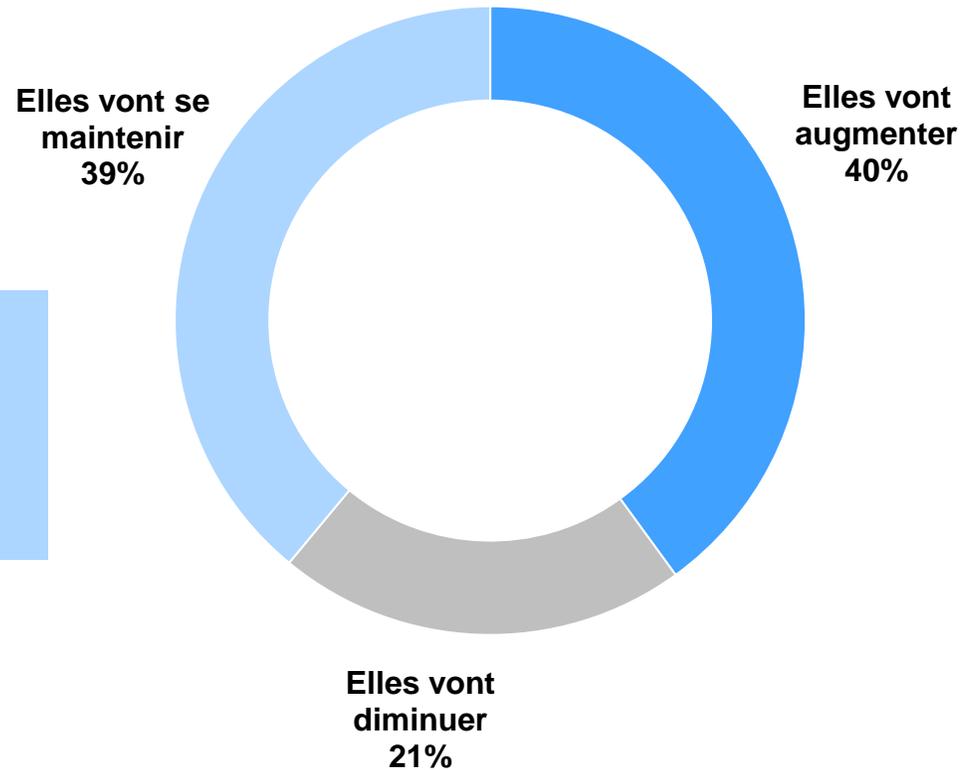
Base: Ensemble des répondants (n exprimés=956) – Moyenne des 9 pays



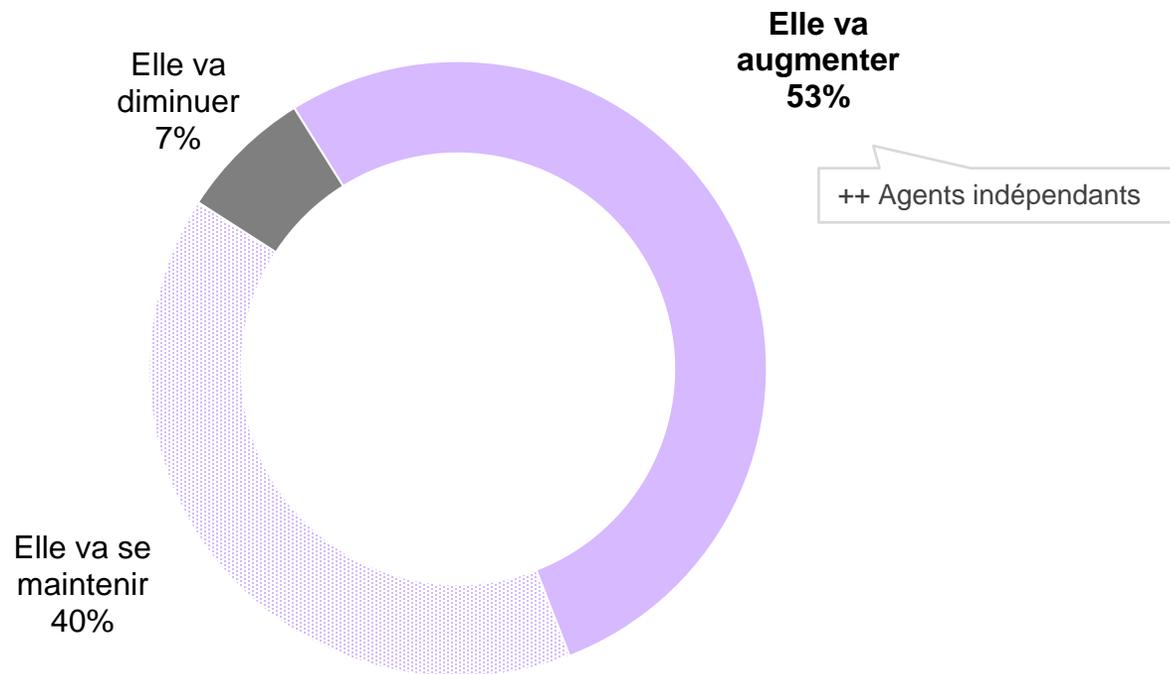
DES PERSPECTIVES DE VENTES MITIGÉES

DANS CE CONTEXTE, COMMENT VOYEZ-VOUS VOS VENTES EN VALEUR ÉVOLUER SUR LES 24 PROCHAINS MOIS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=955) – Moyenne des 9 pays



LA VENTE EN LIGNE, UNE PRATIQUE QUI S'INSTALLE



D'APRÈS-VOUS SUR LES 24 PROCHAINS MOIS, COMMENT CETTE PART VA-T-ELLE ÉVOLUER ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=559) – Moyenne des 9 pays

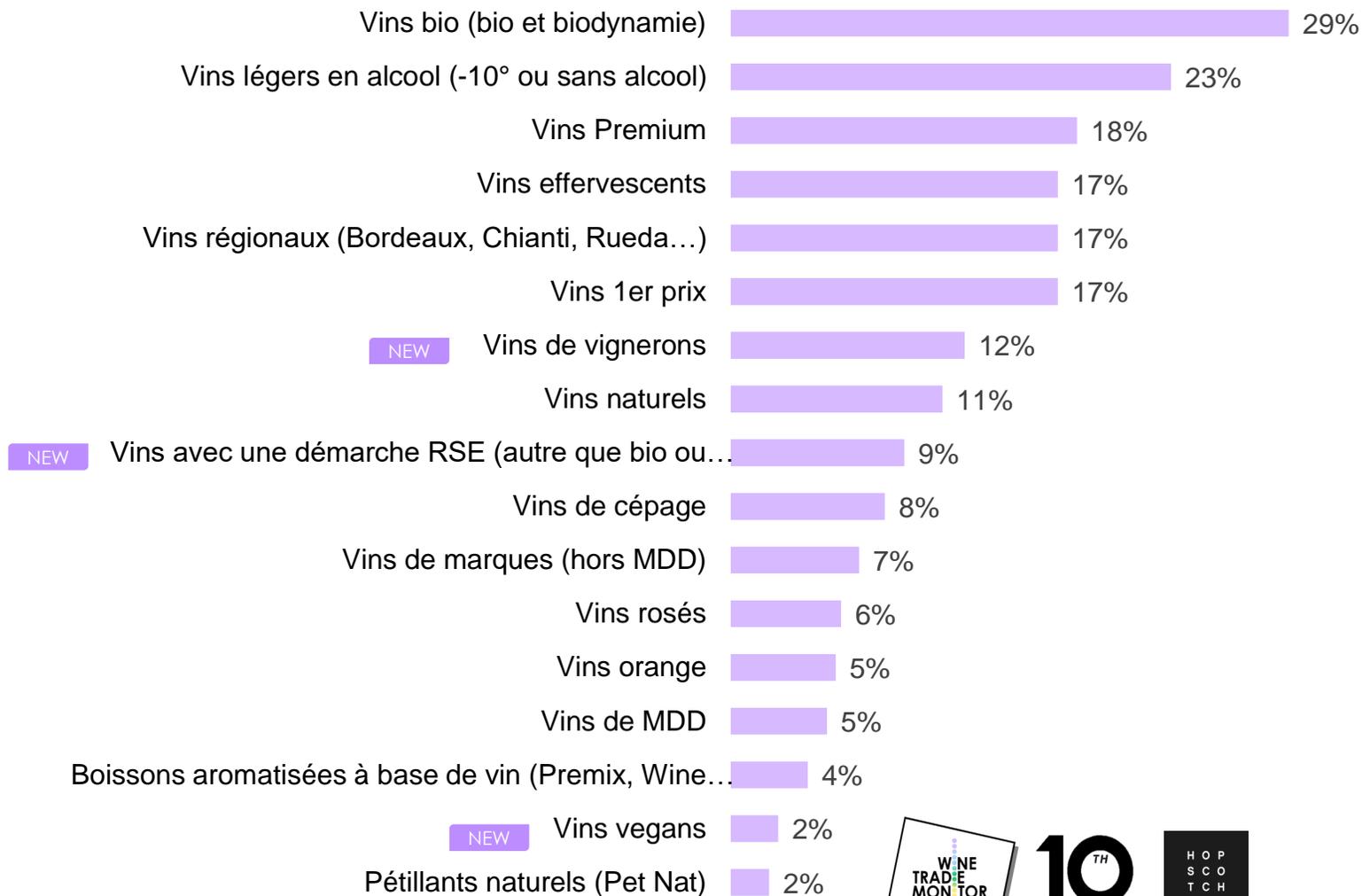




04.

UNE OFFRE DE VINS
En quête de renouveau

UNE BASCULE DE LA DEMANDE VERS DE NOUVELLES CATÉGORIES



QUELLES SONT LES 2 CATÉGORIES DONT LES VOLUMES PROGRESSERONT LE PLUS DANS VOS VENTES SUR LES 24 PROCHAINS MOIS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=876) – Moyenne des 9 pays



3 GRANDES TENDANCES SE DÉMARQUENT

Quête
de naturalité

Segmentation
des prix
plus marquée

Recherche
d'une nouvelle
offre

QUELLES SONT LES 2 CATÉGORIES DONT LES VOLUMES PROGRESSERONT LE PLUS DANS VOS VENTES SUR LES 24 PROCHAINS MOIS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=876) – Moyenne des 9 pays



10TH
EDITION



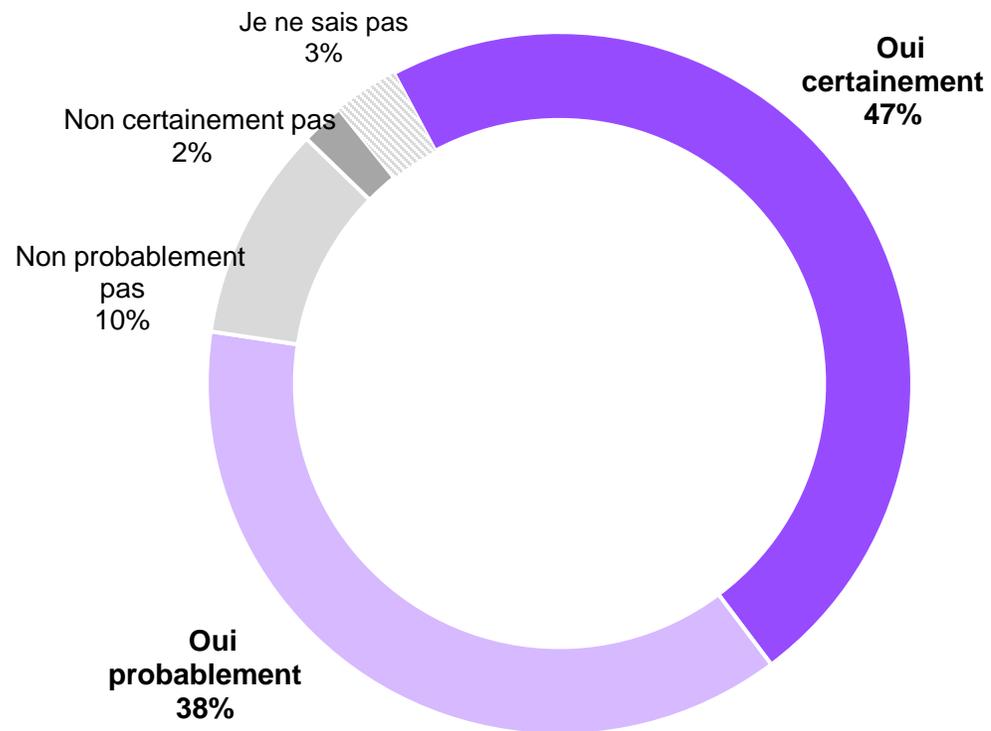
A close-up photograph of a person's hands holding a large bunch of dark grapes. The person is wearing a dark blue or black short-sleeved shirt. The background is a blurred outdoor setting with green grass and a white fence. The lighting is soft, suggesting an overcast day or late afternoon.

05

**L'AUTHENTICITÉ,
UNE PROMESSE**

■ À géographie variable

L'AUTHENTICITÉ UN ARGUMENT DE VENTE...



PENSEZ-VOUS QUE COMMUNIQUER SUR L'« AUTHENTICITÉ » D'UN VIN PERMETTRA DE MIEUX LE VENDRE ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=866) – Moyenne des 9 pays

NEW



10TH
EDITION



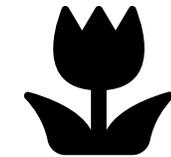
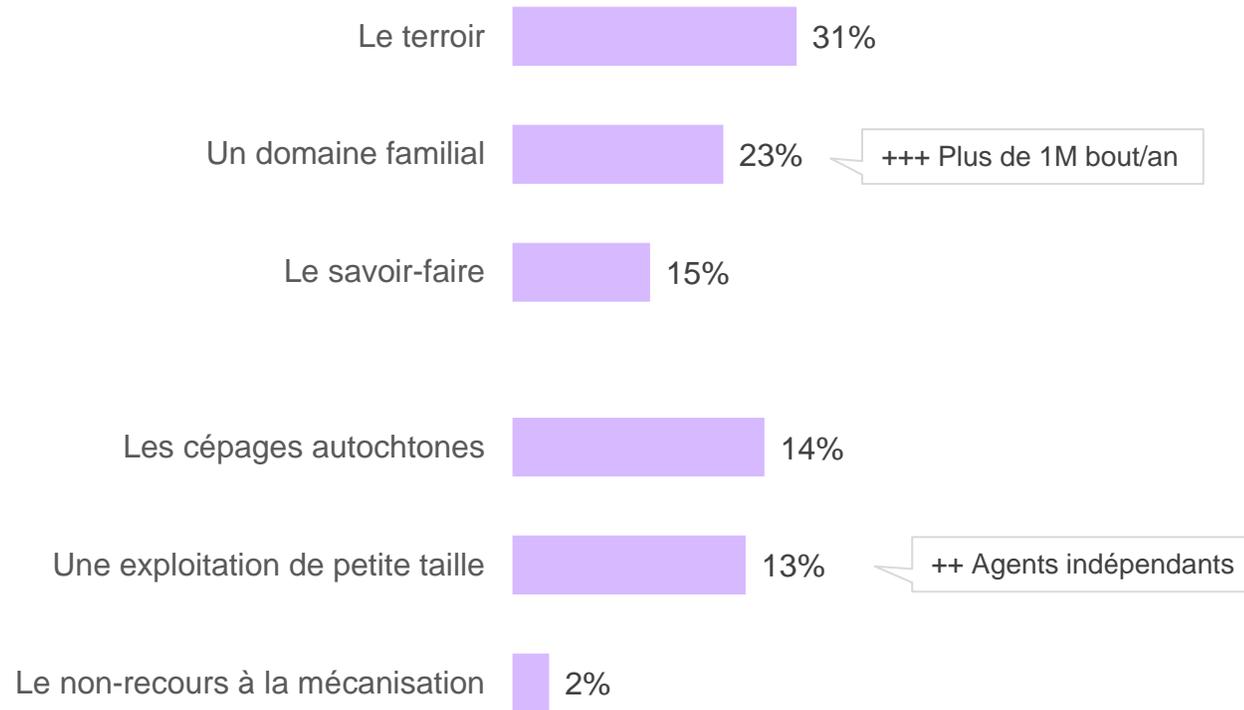
**UNE DIMENSION
À LAQUELLE LES
CAVISTES SONT
PLUS SENSIBLES**

90% des indépendants
(ensemble des oui)

VS

75% des GMS

... QUI FAIT ÉCHO À DES CONCEPTS DIFFÉRENTS



Démarche vigneronne



Craft



Terroir



QUELLE DIMENSION D'AUTHENTICITÉ SERA LA PLUS IMPACTANTE SELON VOUS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=732) – Moyenne des 9 pays

NEW



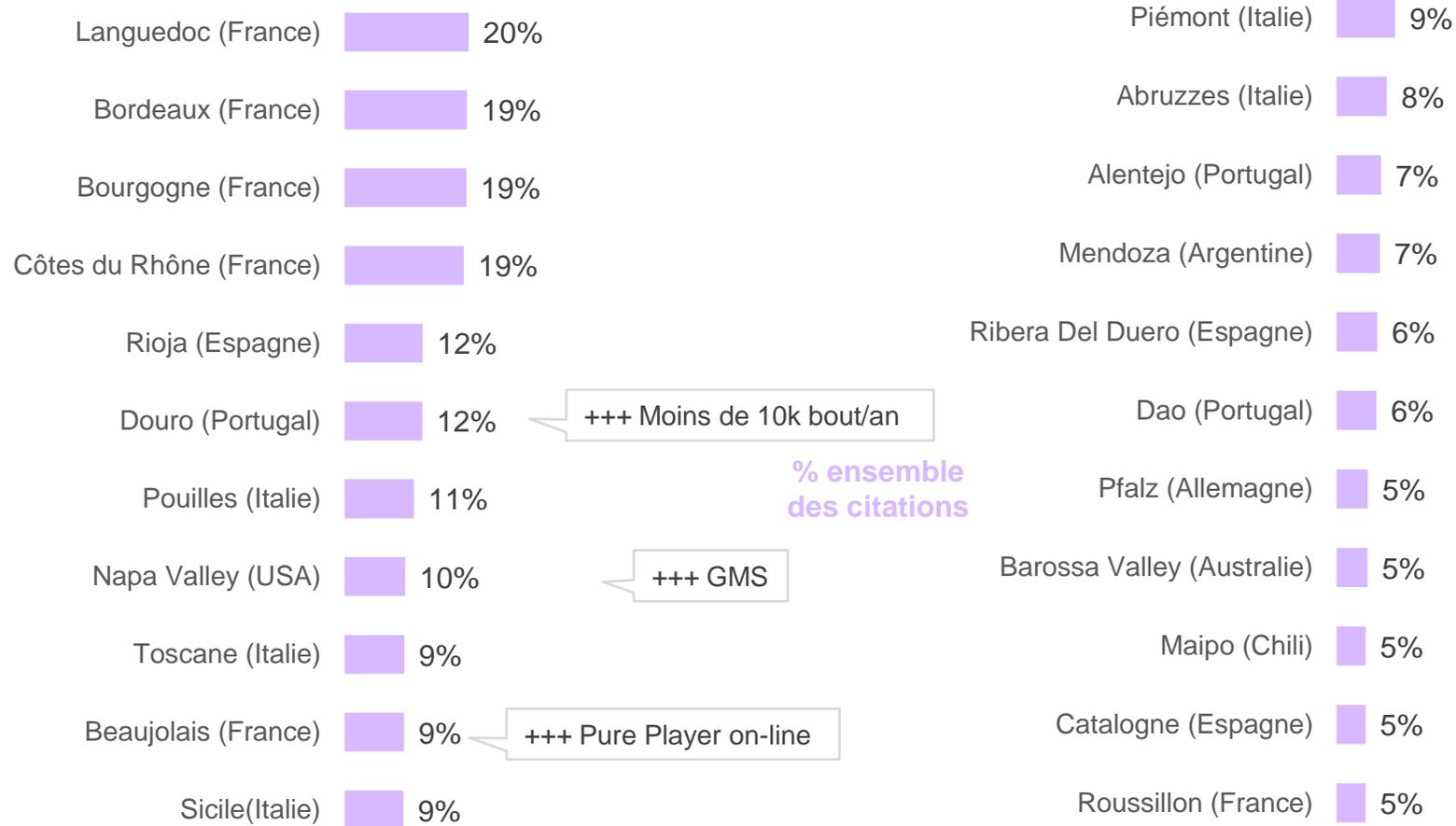


06

■ **UNE VOLONTÉ DE DIVERSITÉ**

Dans les préférences d'appellations

UN SOLIDE QUATUOR FRANÇAIS EN TÊTE



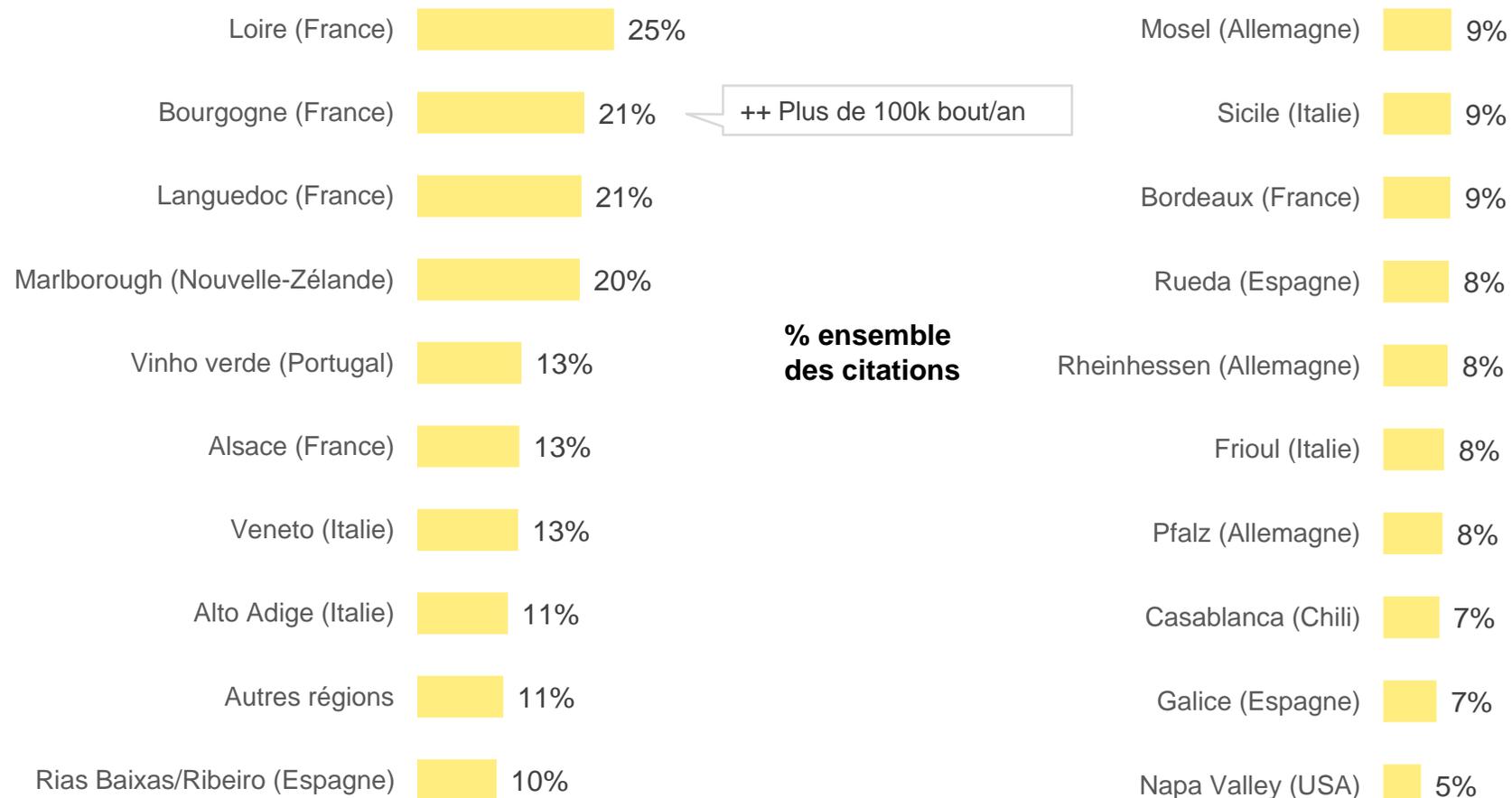
CONCERNANT LES VINS ROUGES DE TOUTES ORIGINES, QUELLES SONT D'APRÈS VOUS LES 3 RÉGIONS DONT LES VOLUMES PROGRESSERONT LE PLUS DANS VOS VENTES SUR LES 24 PROCHAINS MOIS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=801) – Moyenne des 9 pays

Présentation des cépages cités par au moins 5% de l'échantillon



LA LOIRE DOMINE NETTEMENT



% ensemble des citations

++ Plus de 100k bout/an

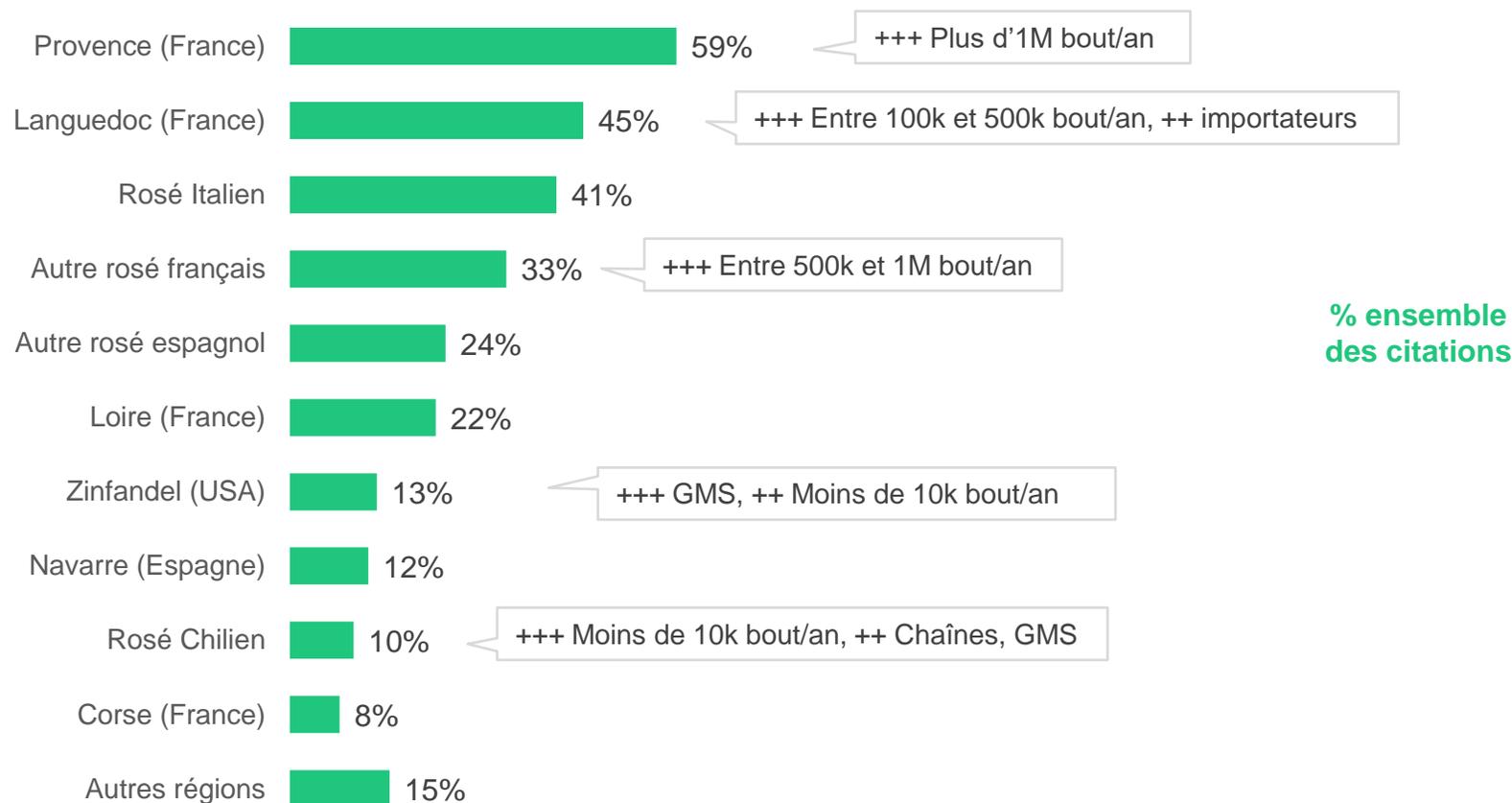
Présentation des cépages cités par au moins 5% de l'échantillon



CONCERNANT LES VINS BLANCS DE TOUTES ORIGINES, QUELLES SONT D'APRÈS VOUS LES 3 RÉGIONS DONT LES VOLUMES PROGRESSERONT LE PLUS DANS VOS VENTES SUR LES 24 PROCHAINS MOIS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=815) – Moyenne des 9 pays

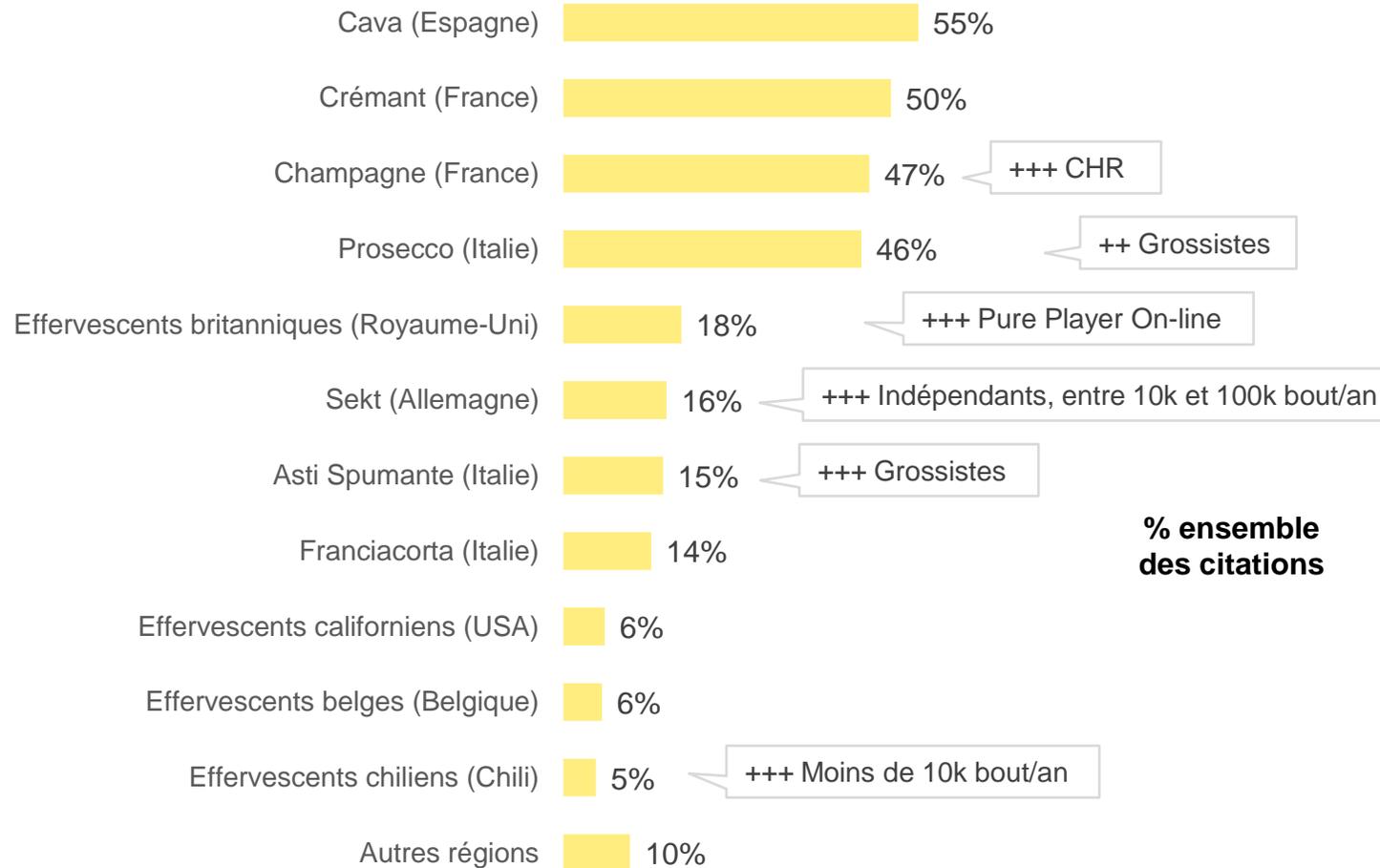
DERRIÈRE LA PROVENCE, UN TABLEAU TRÈS OUVERT



CONCERNANT LES VINS ROSES DE TOUTES ORIGINES, QUELS SONT D'APRÈS VOUS LES 3 VINS DONT LES VOLUMES PROGRESSERONT LE PLUS DANS VOS VENTES SUR LES 24 PROCHAINS MOIS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=775) – Moyenne des 9 pays

LE CAVA EN PLEINE EFFERVESCENCE



CONCERNANT LES VINS EFFERVESCENTS DE TOUTES ORIGINES, QUELS SONT D'APRÈS VOUS LES 3 VINS DONT LES VOLUMES PROGRESSERONT LE PLUS DANS VOS VENTES SUR LES 24 PROCHAINS MOIS ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=793) – Moyenne des 9 pays



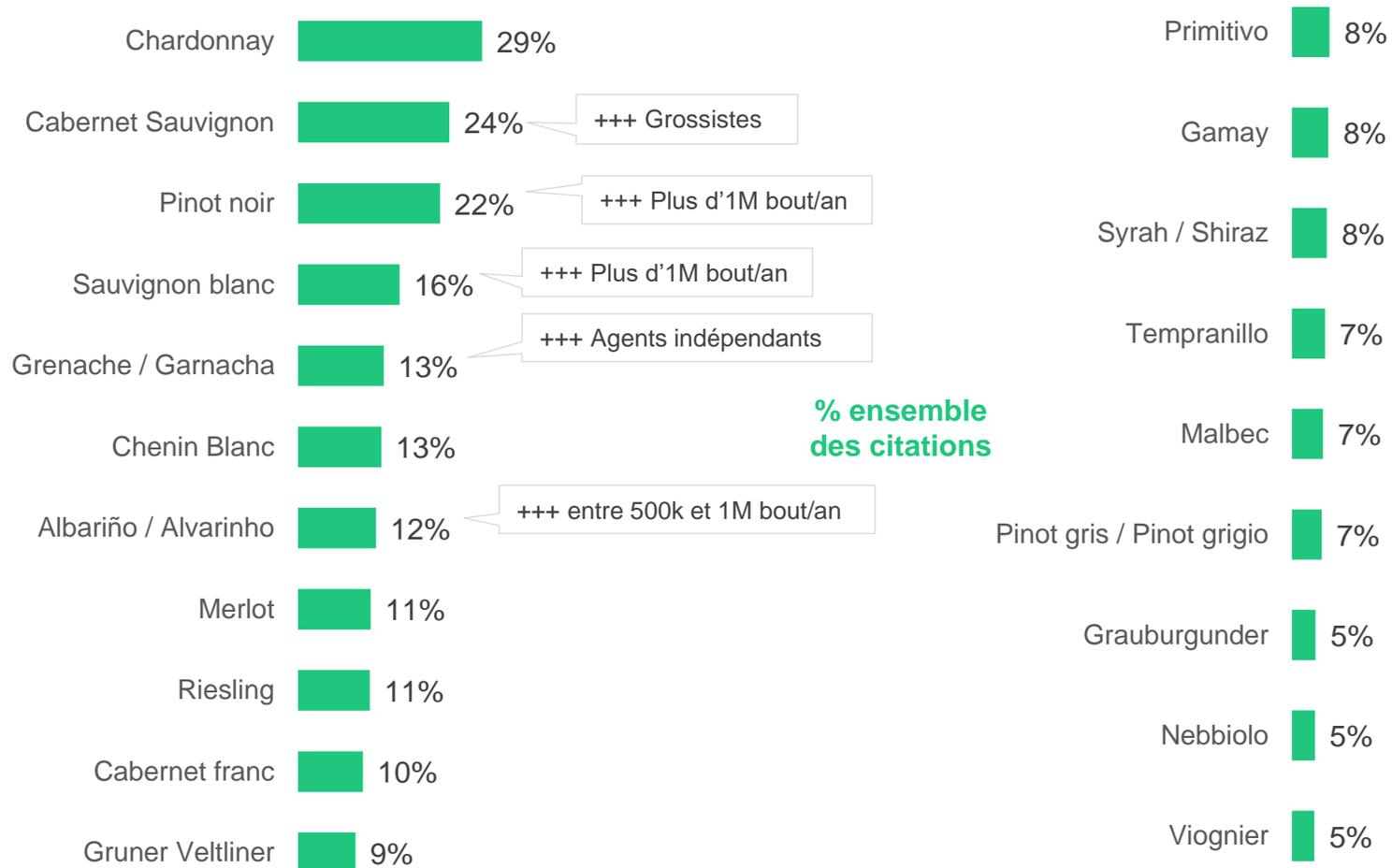


07

**DERRIÈRE LES GRANDS
CÉPAGES,**

■ Les outsiders jouent des coudes

CHARDONNAY, CABERNET SAUVIGNON, PINOT NOIR : UN TRIO DE TÊTE ATTENDU



CONCERNANT VOTRE PROPRE ACTIVITÉ, POUVEZ-VOUS HIÉRARCHISER LES CÉPAGES DE VINS TRANQUILLES DONT LA DEMANDE VA LE PLUS AUGMENTER SUR LES 24 PROCHAINS MOIS SELON VOUS?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=790) – Moyenne des 9 pays

Présentation des cépages cités par au moins 5% de l'échantillon



LES GAGNANTS, LES PERDANTS

CHARDONNAY

29%

Un intérêt plus marqué en **Belgique** (44%) et plus faible aux **États-Unis** (14%)

CABERNET SAUVIGNON

24%

Un intérêt plus marqué en **Chine** (56%) et en **Corée du Sud** (44%) et plus faible en **Allemagne** (4%)

PINOT NOIR

22%

Un intérêt plus marqué en **Corée du Sud** (43%) et au **Canada** (34%) et plus faible en **Allemagne** (10%)

SAUVIGNON BLANC

16%

Un intérêt qui progresse en **Chine** et qui tend à régresser au **Royaume-Uni**

CHENIN BLANC

13%

Dans le top 3 des cépages les plus dynamiques en **Belgique** (17%), au **Canada** (20%) et au **Royaume-Uni** (24%)

GRENACHE

13%

Le deuxième cépage dont les ventes vont le plus progresser aux **États-Unis**

CONCERNANT VOTRE PROPRE ACTIVITÉ, POUVEZ-VOUS HIÉRARCHISER LES CÉPAGES DE VINS TRANQUILLES DONT LA DEMANDE VA LE PLUS AUGMENTER SUR LES 24 PROCHAINS MOIS SELON VOUS?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=790) – Moyenne des 9 pays

ALBARIÑO

12%

Une demande plus marquée aux **État-Unis** (22%), au **Royaume-Uni** (20%) et auprès des gros opérateurs



08

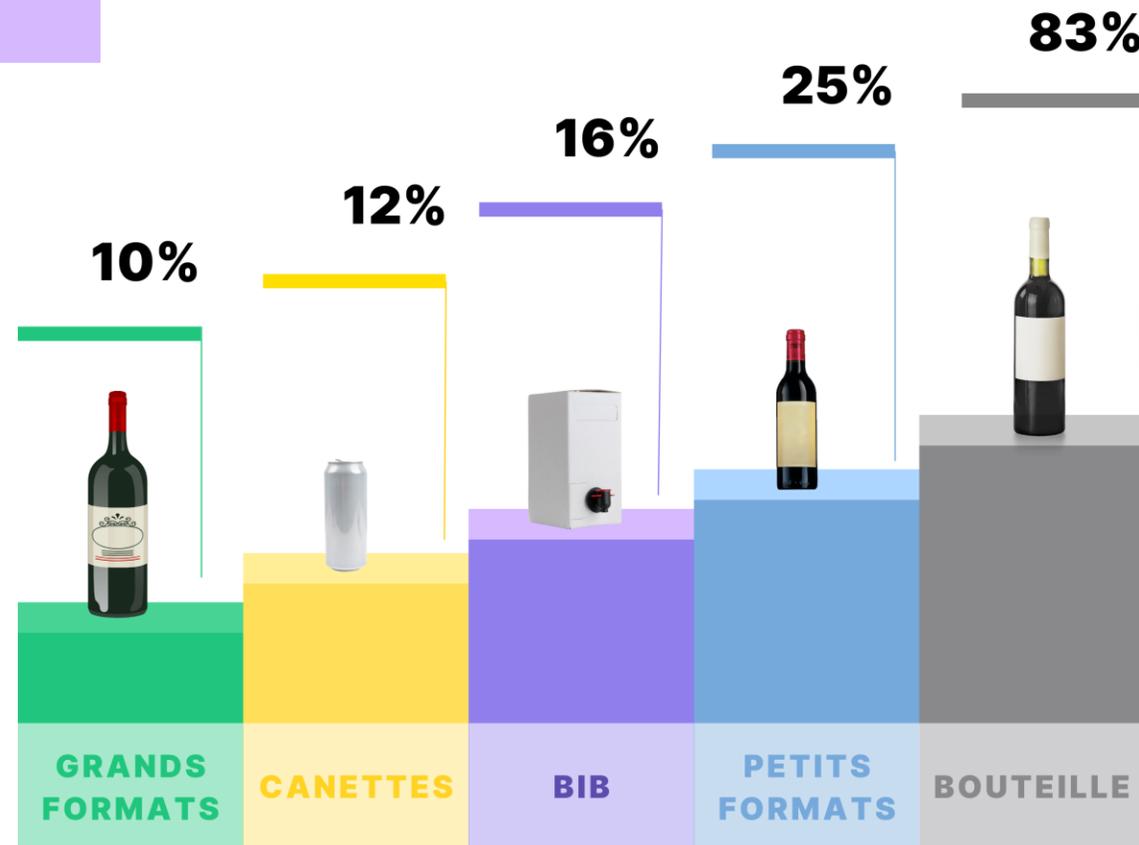
LA BOUTEILLE, FORMAT ROI

■ Qui se renouvelle

LE CHANGEMENT DANS LA CONTINUITÉ

SUR LES 24 PROCHAINS MOIS, SELON VOUS, QUELS SERONT LES 2 TYPES DE FORMAT ET PACKAGING QUI PROGRESSERONT LE PLUS DANS VOS VENTES ?

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=800) – Moyenne des 9 pays



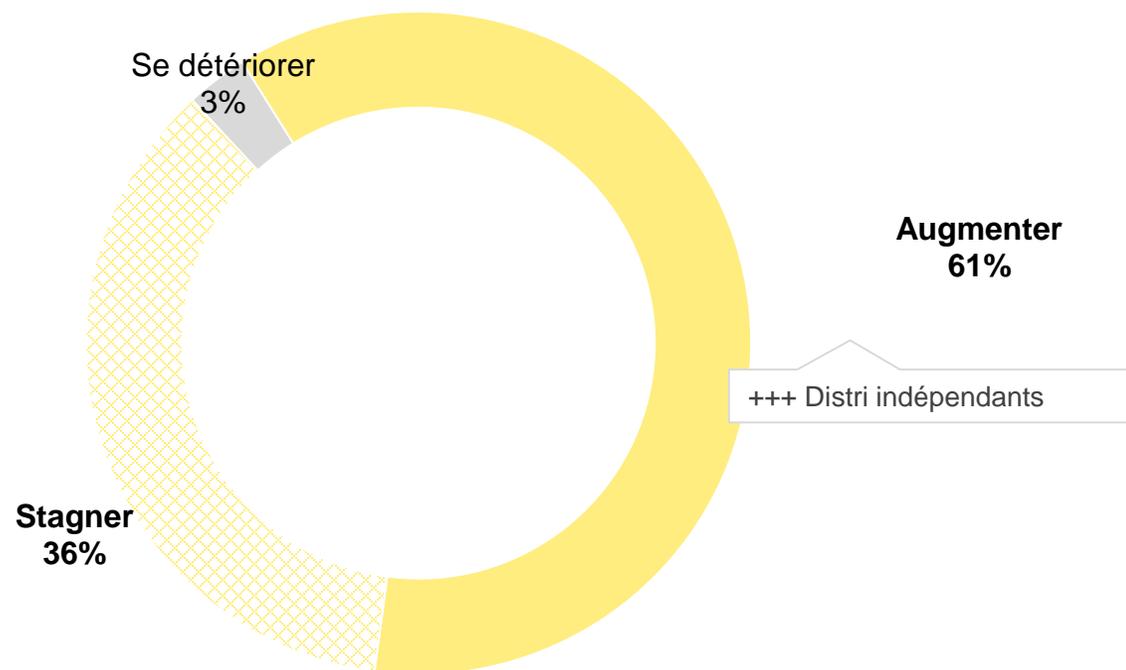
10TH
EDITION



+++ Distri spécialisés - chaînes

+++ GMS

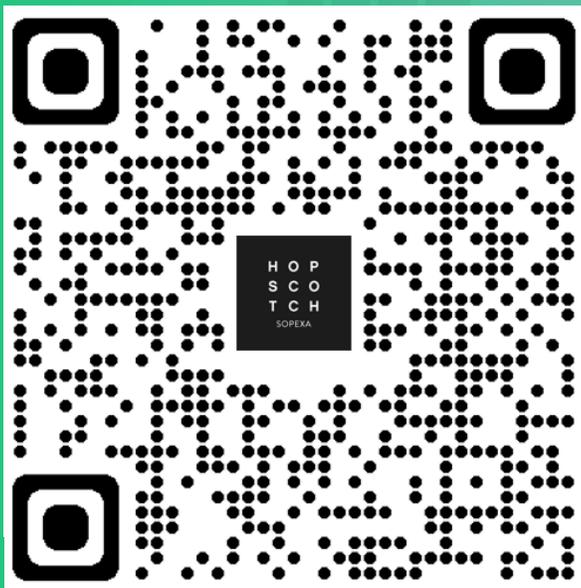
LA CAPSULE À VIS, UN STANDARD QUI S'IMPOSE



PARMI VOS VENTES DE VINS EN BOUTEILLE, VOYEZ-VOUS SUR LES 24 PROCHAINS MOIS LA PART DES BOUCHONS À VIS

Base: Ensemble des répondants (n exprimés=797) – Moyenne des 9 pays

MERCI !



Contact Presse :
Anne-laure.henrie@sopexa.com

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DU VIN : Les 8 enseignements retenus par Hopscotch Sopexa

1. Les vins originaires d'Europe sont les plus référencés
2. Qualité, prix, innovation : la perception des vins déterminée par leur origine
3. Une vision plutôt pessimiste de l'évolution du marché du vin, mais une confiance dans les capacités de vente individuelles
4. Trois tendances boostent les ventes : naturalité, segmentation des prix, et une nouvelle offre incluant les vins légers
5. L'authenticité du vin influence les ventes
6. Les appellations françaises restent leader par couleur
7. Trois grands cépages internationaux en tête de classement, suivis par des cépages secondaires en progression
8. Le format de la bouteille se renouvelle et la canette recule



10TH
EDITION

