



Communiqué de presse

Hopscotch Sopexa présente les résultats de la 10^{ème} édition du *Wine Trade Monitor* : Quels gagnants sur le marché mondial du vin de demain ?

Hopscotch Sopexa, agence internationale de conseil en marketing et communication spécialiste de Food, Beverage & Lifestyle, présente les conclusions du Wine Trade Monitor 2024, son enquête prospective qui décrypte de façon inédite les tendances B2B du marché du vin à l'international selon un panel de décideurs et acteurs clés à travers le monde.



Paris, 6 février 2024 – Fort d'un réseau international de plus de 30 antennes dans le monde, l'agence Hopscotch Sopexa réalise tous les 2 ans une étude prospective des tendances B2B sur les marchés clés de consommation et d'importation de vin.

L'approche de l'agence est exclusive : interroger les opérateurs du commerce du vin à travers le monde, intermédiaires entre les marques internationales et les consommateurs locaux, pour recueillir leur perception de l'évolution du marché. Cette méthodologie a fait ses preuves au cours des 15 dernières années en révélant des prévisions venant à se réaliser, et permettant de tirer des enseignements précieux pour comprendre et anticiper les tendances qui impactent les ventes de vin à l'international.

Entre septembre et novembre 2023, 957 professionnels travaillant avec des assortiments de vins internationaux, comprenant importateurs, distributeurs GMS, grossistes, cavistes et spécialistes de la vente on-line, ont participé à l'enquête et livré leurs prévisions pour les deux prochaines années. La 10^{ème} édition du Wine Trade Monitor a sondé les professionnels de 9 marchés : l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, les Etats-Unis, le Canada, la Chine, le Japon et la Corée du Sud.

Evolution du marché du vin : les 8 enseignements retenus par Hopscotch Sopexa

1. Les vins originaires d'Europe sont les plus référencés

Les professionnels interrogés référencent en moyenne des vins de 8 pays dans leur porte-folio. Les vins du vieux continent restent incontournables : presque 9 opérateurs sur 10 référencent des vins français (88%), devançant les vins italiens (77%) et espagnols (72%). En plus du top 3 européen, la Belgique par exemple a une soif de nouvelles origines : plus d'1 opérateur belge sur 2 référence des vins argentins, tandis que les vins chiliens et grecs augmentent de plus de 15 points.

Réseau intégré Hopscotch Groupe + Hopscotch Sopexa

+33 1 41 34 20 00 - 25 rue Notre-Dame des Victoires, 75002 Paris, France
www.sopexa.com



2. Qualité, prix, innovation : la perception des vins déterminée par leur origine

Tous critères confondus, c'est l'origine France qui bénéficie de la meilleure image pour 1 professionnel sur 2 interrogés. Elle est synonyme de « vin pour les grandes occasions », prisée pour la « constance de sa qualité gustative » et son « approche RSE ». L'Espagne et le Chili se démarquent sur les critères « d'attractivité des prix », alors que l'Italie se distingue sur la dimension « innovation » et sa capacité à « séduire la jeune génération ». Les vins américains sont quant à eux particulièrement bien perçus en Corée du sud, marché très dynamique analysé pour la 1^{ère} fois dans le cadre du Wine Trade Monitor.

3. Une vision plutôt pessimiste de l'évolution du marché du vin, mais une confiance dans les capacités de vente individuelles

La moitié des professionnels prévoit une stagnation du marché du vin au cours des prochains mois. Malgré ce contexte morose, on notera que plus l'opérateur est petit, plus il est optimiste (28% des opérateurs achetant moins de 10 000 bouteilles prévoient des ventes en progression). La vente en ligne est une pratique qui s'installe, particulièrement en Corée du Sud, Royaume-Uni et Etats-Unis, y compris dans un contexte de normalisation post-covid, et pose de nouvelles questions en termes de régulations.

4. Trois tendances boostent les ventes : naturalité, segmentation des prix, et une nouvelle offre incluant les vins légers

La naturalité des vins est perçue comme la 1^{ère} tendance porteuse (vins naturels, ou issus de démarches biologique ou RSE). La réduction de l'empreinte carbone est la dimension RSE la plus communément partagée, mais la sensibilité varie d'un marché à l'autre : les Etats-Unis accordent plus d'importance à l'inclusivité, la Belgique à la biodiversité, et la RSE a peu ou pas d'impact en Asie.

La 2^{ème} tendance pressentie est la segmentation plus marquée des prix : l'offre vin devient plus premium en Chine et Corée du Sud, et l'entrée de gamme progresse en Allemagne et au Canada par exemple.

La 3^{ème} tendance la plus citée est l'émergence de nouvelles offres. Parmi elles, on notera les vins légers en alcool, qui percent en Allemagne et dans les pays anglo-saxons (Canada, Royaume-Uni, Etats-Unis).

5. L'authenticité du vin influence les ventes

L'authenticité du vin est un argument de vente pour plus de 8 professionnels interrogés sur 10. La promesse est cependant à géographie variable : Les Belges et les Allemands seront plus sensibles à la démarche vigneronne, alors que l'authenticité est plutôt synonyme de terroir en Asie, ou de production artisanale aux Etats-Unis. L'authenticité est une dimension à laquelle les cavistes sont plus sensibles (90% des indépendants vs 75% des GMS).

6. Les appellations françaises restent leader par couleur

En termes de dynamisme des ventes, quatre régions françaises sont leaders au coude à coude pour les vins rouges : le Languedoc, Bordeaux, la Bourgogne et la Vallée du Rhône. En tête des vins blancs se trouve la Vallée de la Loire, suivie de près par le Languedoc, la Bourgogne et Marlborough en Nouvelle-Zélande, qui domine largement cette catégorie en Chine et en Corée du Sud. Concernant les rosés, le tableau est ouvert derrière la Provence, entre Languedoc, rosés italiens et espagnols. Quant aux effervescents, ce sont les Cava et Crémants les plus attendus, devant le Champagne. On note que le Prosecco quant à lui passe en 4^{ème} position, versus 2^{ème} en 2021.

En fonction des marchés étudiés, certaines régions ou vignobles se distinguent, tels les vins portugais aux Etats-Unis par exemple : Vinho verde en blanc et Douro en rouge sont les deux appellations pour lesquelles les professionnels américains anticipent la plus importante croissance de ventes.

Réseau intégré Hopscotch Groupe + Hopscotch Sopexa

+33 1 41 34 20 00 - 25 rue Notre-Dame des Victoires, 75002 Paris, France
www.sopexa.com



7. Trois grands cépages internationaux en tête de classement, suivis par des cépages secondaires en progression

Les grands cépages internationaux restent leaders, mais avec des fluctuations très marquées en fonction des pays : le Chardonnay (forte progression anticipée en Belgique, mais beaucoup plus limitée aux Etats Unis), le Cabernet Sauvignon (forte progression en Asie mais peu en Allemagne), le Pinot noir (fort en Corée du Sud, mais non cité aux Pays-Bas). On notera que la popularité du Chenin Blanc, du Cabernet Franc et du Grüner Veltliner progresse rapidement : produisant des vins frais et moins forts en alcool, ces cépages correspondent particulièrement aux préférences actuelles de consommation.

8. Le format de la bouteille se renouvelle et la canette recule

La bouteille reste le format qui devrait progresser le plus dans les ventes des 24 prochains mois. Alors que la bouteille 75cl classique reste très citée en Chine (90%), la bouteille en verre allégé est très plébiscitée au Canada et au Royaume-Uni. L'étude anticipe une augmentation de la part des bouchons à vis (pour 61%) et révèle le recul par rapport à 2021 de la canette sur les marchés anglosaxons (Etats-Unis -18 pts, Canada -19 points, -24 points aux Royaume-Uni).

Cette étude s'inscrit dans l'ADN de l'agence Hopscotch Sopexa, qui s'appuie sur son réseau international et sa connaissance du monde du vin pour concevoir des campagnes de marketing & communication s'invitant au cœur des enjeux des régions viticoles.

Rendez-vous sur le salon Wine Paris, le 13 février 2024 à 13h00 en Salle 5, pour une conférence consacrée à l'étude « [Wine Trade Monitor : Quels gagnants sur le marché mondial de demain ?](#) ».

Pour les résultats du Wine Trade Monitor 2024 : [Télécharger l'infographie](#) sur notre site.

A propos de Hopscotch Sopexa

Hopscotch Sopexa est une agence internationale de conseil en marketing et communication, dont les équipes multiculturelles sont spécialistes et passionnées de Food, Beverage, Lifestyle depuis plus de 60 ans.

Hopscotch Sopexa est une agence de HOPSCOTCH Groupe. Ils forment ensemble le réseau international intégré constitué de 800 talents et plus de 30 antennes dans le monde, avec une capacité d'intervention dans tous les pays des zones EMEA, Amériques, et Asie.

Au quotidien, les experts d'Hopscotch Sopexa mettent leur savoir-faire et leur réseau relationnel au profit de campagnes créatives et de dispositifs percutants qui sauront séduire les consommateurs de tous horizons. Experte des campagnes intégrées, Hopscotch Sopexa conseille, imagine et déploie des campagnes media, RP, influence, digitales, événementielles et trade marketing adaptées à chaque marché.

L'agence est également leader des campagnes co-financées par l'Europe, avec plus de 400 dispositifs à son actif depuis 2012.

Pour nous suivre : www.sopexa.com

LinkedIn : [@HopscotchSopexa](#) / X : [@sopexa_agency](#) / Instagram : [@sopexa_agency](#)

Facebook : [@sopexa](#) / WeChat : [@sopexa](#) / Weibo : [@weibo.com/u/2356382002](#)

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

Réseau intégré Hopscotch Groupe + Hopscotch Sopexa

+33 1 41 34 20 00 - 25 rue Notre-Dame des Victoires, 75002 Paris, France

www.sopexa.com