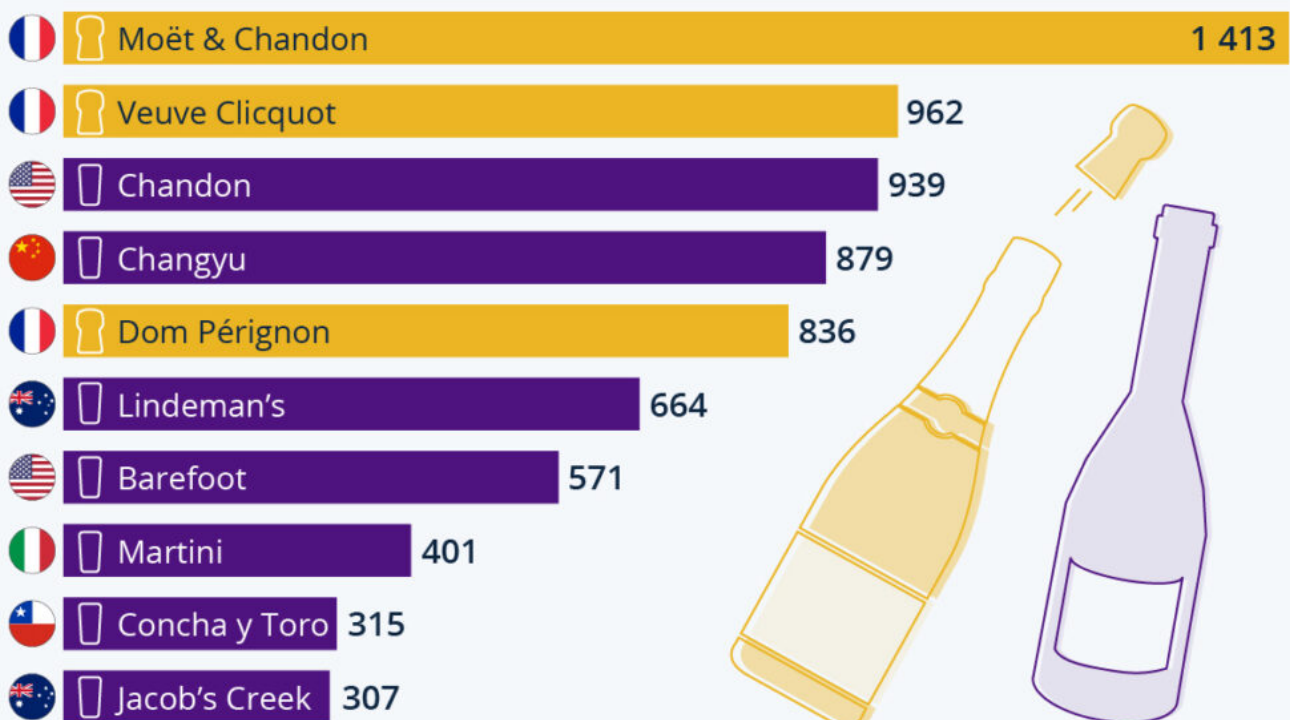


Moët & Chandon, première marque de vin et de champagne

Moët & Chandon, première marque de vin et de champagne

Montant de la valeur des marques de champagne et de vin dans le monde en 2022 (en millions de dollars)



Sources : Brand Finance, Alcoholic Drinks Report 2022



statista



Ecrit par Echo du Mardi le 23 décembre 2022

La fin de l'année approche : une raison pour de nombreuses personnes dans le monde de faire sauter les bouchons et de porter un toast avec une coupe de champagne ou de [vin](#). Comme le montre notre graphique basé sur les [données](#) de Brand Finance, Moët & Chandon est la marque de vin et champagne la plus précieuse au monde, avec une valeur de 1,4 milliard de dollars en 2021, soit une augmentation de 15 % par rapport à l'année précédente.

La marque de champagne de luxe, propriété de la maison [LVMH](#), domine largement le classement des marques les plus valorisées de l'industrie du vin et du champagne, et a vu ses ventes repartir à la hausse en 2021. Avec la fin des restrictions sanitaires liées à la pandémie, les célébrations, mariages et autres réunions de famille (où le champagne ne pouvait pas manquer) ont été particulièrement nombreuses, selon le rapport.

En deuxième position figure la marque de champagne Veuve Clicquot, qui fait elle aussi partie du groupe LVMH, avec une valeur de 962 millions de dollars. Détenant également Chandon (sa marque américaine de vin mousseux) et Dom Pérignon dans son portefeuille, le groupe présidé par Bernard Arnaud possède quatre des cinq marques de vin et champagne les mieux valorisées au monde.

Dans le reste du classement on retrouve d'autres géants internationaux du secteur des [boissons alcoolisées](#), comme la marque de vin chinoise Changyu, qui vaut 879 millions de dollars, le domaine australien Lindeman's (664 millions de dollars) et la marque de vins apéritifs italienne Martini (401 millions de dollars).

Claire Villiers pour [Statista](#).