

## **En 2016, les exportations de spiritueux progressent et les ventes nationales baissent**

*Dans un contexte économique difficile, les producteurs et distributeurs de spiritueux ont toutefois réussi à maintenir leur position sur le marché français grâce à la montée en gamme de leurs produits. Aujourd'hui, la croissance de la filière s'appuie essentiellement sur l'activité à l'exportation.*

### **Des tendances qui se confirment**

La consommation française de spiritueux continue de baisser en volume à 307 millions de litres<sup>i</sup>, toujours dominée par les whiskies, les anisés et les rhums qui représentent près de 75 % de la consommation. Les ventes en grande distribution montrent une relative stabilité en volume (278 millions de litres, soit -0,03%), les ventes en CHR<sup>ii</sup>, qui représentent un peu plus de 10% des ventes avec 28 millions de litres, baissent plus fortement en volume (-3.5%) mais montrent en revanche une valorisation plus importante qu'en GMS<sup>iii</sup> (+5% vs +0,9%).

Depuis quelques années, les tendances de consommation évoluent. Ainsi, on observe depuis deux ans une forte croissance des catégories rhum et gin, aussi bien en grande distribution qu'en CHR. Les amers (bitters) retrouvent également une dynamique positive, portés par le succès des cocktails.

La tendance de premiumisation se confirme avec une montée en gamme et une segmentation des différentes catégories.

Pour les trois quarts des Français, les spiritueux bénéficient d'une bonne image, synonyme de convivialité, de maîtrise des savoir-faire et de partage<sup>iv</sup>.

### **L'excellence française reconnue à l'export<sup>v</sup>**

Les exportations de spiritueux atteignent le niveau historique de 3.9 milliards d'euros (+5.2%), pour un volume de 425 millions de litres (+5.1%). Ce résultat repose principalement sur les performances du Cognac, qui représente 70% des exportations et réalise une année record aussi bien en volume (+5.5%) qu'en valeur (+6.5%).

78% des Français considèrent d'ailleurs que les spiritueux contribuent au rayonnement de la France à l'international<sup>iv</sup>.

**Au total, environ 650 millions de litres de spiritueux ont été produits en France en 2016.**

### **Une dynamique française affaiblie**

Comme l'ensemble du secteur alimentaire, les producteurs et distributeurs de spiritueux subissent une guerre des prix et des promotions destructrices de valeur qui alimentent la spirale déflationniste (baisse du taux de marge de 4 points dans l'industrie agroalimentaire depuis 2007<sup>vi</sup>).

A cela s'ajoute une surtaxation constante de la filière des spiritueux. D'une part, comme pour l'ensemble des entreprises alimentaires françaises, la fiscalité s'est brusquement alourdie depuis 2010 (+10% d'impôts sur la production et +13% de charges sociales<sup>vi</sup>), et d'autre part, la fiscalité sur les spiritueux (accises) est l'une des plus élevée d'Europe.

Les trois quarts des Français interrogés estiment d'ailleurs injustifié ce niveau de taxation des spiritueux<sup>iv</sup>.

Il est temps de redonner des marges de manœuvre à nos entreprises dont 90% sont des TPE et PME, particulièrement fragiles face aux évolutions du marché.

## La consommation responsable : un enjeu de filière

La responsabilité en matière de prévention des comportements à risque et de promotion de consommation responsable est un enjeu prioritaire pour notre filière. Depuis de nombreuses années, nos entreprises sont engagées dans la promotion d'une consommation modérée de leurs produits.

La Fédération Française des Spiritueux et ses adhérents appellent à la construction d'une véritable politique de prévention des risques impliquant l'ensemble des acteurs concernés et des parties prenantes.

Un engagement souhaité par 82% des Français qui pensent que les entreprises de spiritueux doivent jouer un rôle plus important dans la promotion de la consommation responsable<sup>iv</sup>.

**À ce titre, la FFS et ses adhérents doivent être reconnus comme des interlocuteurs privilégiés dans le cadre d'une politique de prévention ambitieuse.**

*Créée en 1996, la Fédération Française des Spiritueux (FFS) est une organisation professionnelle qui représente les producteurs et distributeurs français de boissons spiritueuses. Elle regroupe près de 200 entreprises (des PME aux groupes à vocation internationale) présentes dans les régions de France et les départements d'outre-mer. Elle a pour principale mission de traiter de toutes les questions d'intérêt général se rapportant directement ou indirectement à l'élaboration, à l'importation et à la commercialisation des boissons spiritueuses.*

*A propos des boissons spiritueuses :*

*Boissons alcoolisées obtenues par distillation, macération ou infusion de matières premières agricoles. Leur teneur en alcool est de 15 degrés minimum et certaines sont vieilles en fût. Il s'agit de boissons d'origine agricole. On dénombre 46 catégories principales de spiritueux (absinthe, anisé, Armagnac, Calvados, Cognac, eau-de-vie de fruit, genièvre, gentiane, liqueur et crème de fruit, rhum, vodka, whisky...). Chaque année, ce sont au total plus de 2 millions de tonnes de matières premières agricoles (fruits, raisins, cannes à sucre, céréales et plantes) qui sont distillées, macérées ou infusées avant de devenir spiritueux.*

Contact presse - Fédération Française des Spiritueux T. 01 53 04 30 30 - ffs@spiritueux.fr

---

<sup>i</sup> Source : Nielsen

<sup>ii</sup> CHR : cafés hôtels restaurants

<sup>iii</sup> GMS : grande distribution (hypermarchés, supermarchés, hard discount, proxi et drive)

<sup>iv</sup> Enquête IFOP pour la FFS avril 2017

<sup>v</sup> Source : FEVS (Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France)

<sup>vi</sup> Source : ANIA