

Pour les producteurs de spiritueux, une année difficile peut en cacher une autre

En 2023, les producteurs français de spiritueux ont fait preuve de responsabilité en prenant une fois de plus sur leur marge pour limiter les hausses de prix dans un contexte inflationniste. Cette approche n'a pas suffi à préserver la consommation, puisque tous les marchés sont restés orientés à la baisse. À l'issue de ce 1^{er} semestre 2024, les entreprises du secteur restent inquiètes : la tendance accélère. Elles devront bénéficier d'une écoute attentive du gouvernement pour éviter une dégradation rapide de leur situation. La filière des spiritueux doit rester un fleuron agricole et industriel solide pour apporter durablement de la valeur sur l'ensemble des territoires français.

La baisse de la consommation touche désormais l'ensemble des marchés

Malgré des prix de revient toujours orientés à la hausse en 2023, les producteurs de spiritueux ont joué la modération inflationniste. Pourtant, bien que la progression des prix des spiritueux en GMS soit limitée à seulement +4%¹, alors que l'inflation alimentaire augmentait encore de +11,9%², les Français ont réalisé leurs arbitrages en défaveur de la filière.

Les ventes en grande distribution ont ainsi enregistré une 3^{ème} année de baisse, à -4,3% en volume en un an sur presque toutes les catégories, portant les ventes à 251 millions de litres. Au total, depuis 2020, la déconsommation représente près de 10% des volumes (-9,6%). Les premiers mois de 2024 laissent un goût encore plus amer : le recul des volumes avoisine 5% par rapport à l'année précédente et marque une tendance à la baisse qui s'accélère. Sur les 1^{ers} mois de 2024, les catégories servies en cocktail sont épargnées (+0,7% gin et +0,5% pour les liqueurs modernes), au contraire des digestifs (-6,4% pour les whiskies ; -3,8% pour les rhums)³

Le CHR, qui jusque-là progressait suite aux réouvertures d'après crise sanitaire, a connu en 2023 une baisse de la consommation de -2% en volume, notamment sur les rhums (-6,5%), whiskies (-9,5%), anisés (-7,6%), mais aussi sur les alcools blancs (-1,8%). La consommation de cocktails connaît un ralentissement, sauf pour les recettes de spritz qui restent très dynamiques (+17,2%). La liqueur de sureau est le moteur actuel de la croissance des liqueurs (+39% en valeur)⁴. Les consommateurs ont préféré limiter leurs dépenses, en modérant leur fréquentation plutôt qu'en changeant leurs habitudes de consommation.

La carte maîtresse de l'export mise à mal

Le dynamisme à l'export, tellement indispensable à la bonne santé du secteur, est lui aussi en berne en 2023 : les exportations ont chuté de 13,2% en volume et 12,2% en valeur, portant le marché à 406 millions de litres, pour un total de 4,8 milliards d'euros (contre une baisse de -2,2% en volume

¹ Source : Nielsen GMS / P13 2023

² Source : Familles rurales, janvier 2024

³ Source : Nielsen / Ventes en grande distribution [Hypermarchés (HM), Supermarchés (SM), Hard-Discount (HD), Proxi et Drive], taxes incluses.

⁴ Source : CGA (hors extrapolation Nielsen) / Ventes en CHR (cafés-hôtels-restaurants)

l'année précédente). Certains produits ont payé un lourd tribut avec de fortes pertes de volume : les cognacs (-21,12%), les vodkas (-21,6%) ou encore les liqueurs (-17,16%)⁵.

Les conséquences de l'inflation dans les pays tiers laissent désormais place **aux conflits commerciaux en cours** dont la résolution est menacée, comme les Etats-Unis par exemple avec des élections présidentielles incertaines, ou ceux qui émergent à l'instar de l'enquête antidumping lancée par la Chine contre les eaux-de-vie de vin et de marc produites en Union européenne. **En 2024, près des deux tiers des exportations de spiritueux (en valeur) sont expédiées vers des marchés très à risque.**

Protéger un secteur majeur pour l'économie nationale

Si la baisse de la consommation s'explique à court terme par une chute du pouvoir d'achat des Français, **elle reflète sur le long terme une évolution structurelle des comportements : moins de boissons alcoolisées (-60% en 60 ans)⁶, moins souvent (8% de consommateurs quotidiens en 2021 contre 21,5% en 2000)⁷. En parallèle, les coûts de production ont explosé** suite à la guerre en Ukraine, et n'ont jamais retrouvé leurs niveaux antérieurs. Pire, ils **ont encore progressé de l'ordre de 20 à 30% en 2023 sur des postes comme le verre, l'alcool agricole, le sucre ou l'énergie⁸.** Puisque 95 % des entreprises n'ont pas pu répercuter l'ensemble de ces hausses, au cours des négociations commerciales de début 2024 avec leurs clients distributeurs, les marges ont encore reculé.

Pour **Jean-Pierre Cointreau, Président de la Fédération Française des Spiritueux** : *« il est crucial de préserver nos entreprises fragilisées sur le marché intérieur, comme à l'export, ainsi que sur l'ensemble des circuits de distribution. Dans un tel contexte, le gouvernement doit assurer l'équilibre des relations commerciales entre partenaires de la filière. Il serait inconcevable de réformer les lois Egalim pour donner davantage de marges de manœuvre à la grande distribution, qui utilise déjà les centrales d'achats internationales pour contourner le cadre légal national. »*

Les entreprises des spiritueux sont, en effet, 63 % à déplorer, en début d'année, une fragilisation de leur trésorerie et 44 % à constater une baisse de leur chiffre d'affaires.⁹

Pourtant, bien que les maisons de spiritueux soient durement touchées sur ce 1^{er} semestre 2024, **les spiritueux contribuent largement à l'activité économique de la France** comme le révèle une récente enquête réalisée par *Utopies* sur l'empreinte locale du secteur. Ainsi la filière française des spiritueux constitue le **1^{er} producteur de l'Union européenne** en valeur. De plus, l'activité de production, de négoce et de distribution de spiritueux permet de soutenir **151 500 emplois** et génère **un produit intérieur brut de 17 milliards d'euros. La production de spiritueux en France nécessite près de 4 millions de tonnes de matières premières agricoles, soit autant que la production viticole ou sucrière nationale. La collecte des taxes sur les spiritueux finance 220 000 retraites agricoles chaque année.** Enfin, de la PME au grand groupe, les maisons de spiritueux font des choix durables pour s'adapter au changement climatique et préserver les ressources. Ainsi, la transition énergétique du secteur accélère : **la consommation d'énergie a baissé de 16% depuis 2017¹⁰.**

⁵ Source : Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux

⁶ Source : INSEE/OFDI

⁷ Source : Santé Publique France 2021 / La consommation d'alcool des adultes en France en 2021

⁸ Source : FFS

⁹ Etude FFS / CPME sur la situation économique des entreprises du secteur des spiritueux / 2^{ème} semestre 2023

¹⁰ Source Etude UTOPIES pour la FFS / Emprunte locale de la filière des spiritueux en 2022

Les chiffres-clés 2023



**5 MILLIARDS €
DE VENTES**
(stable)

(ventes TTC en grande distribution*)



**151 500
EMPLOIS**

soutenus en France



**4,8 MILLIARDS €
D'EXPORTATIONS**
(-12,2%)

(hors taxes et droits)

Ventes en grande distribution

**251 MILLIONS
DE LITRES**
(-4,3%)

Ventes en CHR

**21,2 MILLIONS
DE LITRES**
(-2%)

A propos de la Fédération Française des Spiritueux

Créée en 1996, la FFS est une organisation professionnelle qui représente les producteurs et les distributeurs français de boissons spiritueuses. Elle regroupe plus de 250 entreprises (des PME aux groupes à vocation internationale) soutenant 100 000 emplois dans toutes les régions de France métropole et territoires d'outremer. 90% des entreprises sont issues de PME-TPE. Les spiritueux sont des boissons alcoolisées obtenues par distillation, macération ou infusion de matières premières agricoles. Il s'agit de boissons d'origine exclusivement agricole. On dénombre 44 catégories de spiritueux (absinthe, anisé, Armagnac, Calvados, cognac, eau-de-vie de fruit, genièvre, gentiane, liqueur et crème de fruit, rhum, vodka, whisky...) et 51 indications géographiques. Un fabuleux patrimoine qui attire chaque année près de 2 millions de visiteurs dans les sites de production.

Nous rejoindre sur www.spiritueux.fr et sur [LinkedIn](#)

Contact

presse

:

Valérie Langlois-Vesperini - VF CRP – vlanglois@vfcpr.fr - 06 61 61 80 75