

Les spiritueux français connaissent une éclaircie mais la reprise reste incertaine

Après un recul des ventes en 2020 en France, les spiritueux français ont retrouvé des couleurs en 2021 avec la réouverture du CHR en mai et surtout grâce à la reprise des exportations (+12,4% en volume) sur le second semestre. Les fondamentaux sont restés fragiles en France avec une consommation domestique atone (volume en baisse de -0,07% en GMS) et des hausses de coûts de production depuis déjà une année.

Un marché national où les ventes de spiritueux ne retrouvent pas leur niveau d'avant-crise

En 2021, les ventes de spiritueux ne retrouvent pas leur niveau d'avant-crise sur un marché national instable. Les ventes, en augmentation de 2% en valeur, représentent 5,2 milliards € TTC dans la grande distribution. Les ventes en volume sont en légère régression en GMS (-0,07%) portées par les liqueurs (+5,04%) et les alcools blancs (+7%). Les catégories en progression développent l'aromatisation. En revanche, le bio et le sans alcool ne sont pas plébiscités par les consommateurs. **L'activité en CHR connaît seulement 5 mois d'activité normale à cause des contraintes sanitaires** et assume une perte de 14,7% de lieux de consommation. Ainsi le secteur récupère des volumes (+25%), mais il est encore loin du niveau de 2019 (-31,6%). Dans les cafés-hôtels-restaurants, les catégories de spiritueux qui progressent le plus sont les alcools blancs (+52,8%), les rhums (+29,4%), les amers blonds (+28,1%), les liqueurs et crèmes de fruits (+20,8%).

À l'export, l'activité repart mais reste incertaine

En 2021, les exportations de spiritueux représentent 4,9 milliards d'euros, correspondant à l'expédition de 54,5 millions de caisses de 12 bouteilles, ou 458 millions de litres, soit +12,4% en volume. Tandis que le cognac confirme sa performance (+16,4%), les liqueurs (+37,5%) et les autres eaux-de-vie de vins (+12,6%) contribuent largement à la croissance des exportations en volume. L'Amérique du Nord (44%) et l'Asie (29%) concentrent à elles deux 73% en valeur des exportations françaises de ces produits reconnus dans le monde entier. Cette reprise se traduit par **un solde des échanges de 14,2 milliards d'euros (+29%)** et positionne les **vins et spiritueux à la 2e place des excédents commerciaux français***.

* Source : Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux

Une reprise fragile

En plus de difficultés d'approvisionnement inédites, les coûts de production - qui avaient déjà largement progressé en 2021 - ont également connu une hausse généralisée, soudaine et spectaculaire **à partir de février 2022 : entre +13% et +60% pour le verre ; +50% pour le blé et le gaz ; entre +20% et +60% pour l'alcool**. Or ce renchérissement n'a pas été intégré aux négociations commerciales de début d'année avec la grande distribution, ce qui a porté préjudice à un secteur composé de 90% de TPE et PME. **Le secteur s'attend à une fin d'année difficile**, en raison de potentielles restrictions d'accès au gaz, aux bouteilles en verre ou aux matières agricoles et à une baisse du pouvoir d'achat des consommateurs, ce qui pourrait annuler l'effet positif de 2021.

À la pression internationale sur les coûts de production des spiritueux s'ajoute la pression fiscale, puisque les taxes sur les spiritueux sont réévaluées chaque année du niveau de l'inflation. Avec 73% des recettes fiscales pour seulement 24% des volumes d'alcool pur mis à la consommation en France, **la filière subit la fiscalité la plus forte des boissons alcoolisées**. Dans un contexte économique difficile, la compétitivité des entreprises du secteur s'érode d'année en année.

« D'abord très marquée par la crise sanitaire et le confinement, l'année 2021 avait mal démarré avec un secteur CHRD à l'activité réduite, le travel retail sans touristes et l'évènementiel au ralenti. Heureusement, au niveau international, l'armistice dans les relations UE-US nous a permis de retrouver nos marchés et de progresser sur le second semestre. Notre profession a su rebondir en démontrant le lien de nos produits au terroir, à un savoir-faire d'exception et à des matières agricoles de qualité. 2022 donne hélas une autre tonalité et nous aurons besoin de mesures qui permettront à notre secteur de préserver sa compétitivité. »*

Jean-Pierre Cointreau, Président de la Fédération Française des Spiritueux

* café, hôtel, restaurant, discothèque

Une filière engagée dans la prévention

Crée en 2019 par la Fédération Française des Spiritueux, Brasseurs de France et la Fédération Française des Vins d'Apéritif, l'association Prévention et Modération développe des programmes de soutien à la prévention des comportements à risque et la promotion de la consommation responsable. **Plusieurs projets et partenariats ont été initiés avec des acteurs engagés**, en particulier, SAF France, la Prévention Routière ; les Banques Alimentaires, mais aussi des secteurs professionnels (FCD, UMIH).

On observe une baisse durable des consommations nocives d'alcool et de leurs conséquences en France :

- Réduction marquée de la consommation des Français (2) : -60% depuis 60 ans et -26% depuis 20 ans.
- Baisse de la mortalité liée à l'alcool : -16% en 6 ans (1) pour la mortalité globale et -63% en 30 ans pour le taux de décès par cancers des VADS (voies aérodigestives supérieures) (2).
- Consommation de plus en plus occasionnelle : 10% de consommateurs quotidiens (contre 20% il y a 20 ans) et 60% de consommateurs occasionnels (moins d'une fois par semaine).

Des perspectives encourageantes

Le secteur des spiritueux intensifie son effort de valorisation pour une production française, 100 % d'origine agricole, ancrée dans les territoires. Il s'engage durablement pour un meilleur « *vivre ensemble* » à travers la consommation responsable. Les nombreux investissements réalisés par la profession permettent de promouvoir le « *Made In France* » et l'attrait touristique des territoires métropolitains comme ultra-marins. Le secteur participe au développement de l'économie française et voit son poids se renforcer dans l'équilibre de la balance commerciale.

A propos de la Fédération Française des Spiritueux

Crée en 1996, la FFS est une organisation professionnelle qui représente les producteurs et les distributeurs français de boissons spiritueuses. Elle regroupe près 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](#)

Sources :

- 1 http://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2019/5-6/pdf/2019_5-6_2.pdf
- 2 <https://www.ofdt.fr/statistiques-et-infographie/series-statistiques/>