



# Le marché du whisky en France – analyse marché

Dernière mise à jour : 22/03/2024

## Sommaire

<b>INTRODUCTION</b>	<b>3</b>
<b>TAILLE DU MARCHÉ FRANÇAIS</b>	<b>4</b>
TAILLE DE MARCHÉ	4
RETROSPECTIVE 2020 - 2023	10
<b>MADE IN FR – LA PRODUCTION FRANÇAISE ET LES INITIATIVES DE PRODUCTION LOCALE</b>	<b>13</b>
<b>CLIENTS</b>	<b>17</b>
QUI SONT LES CONSOMMATEURS DE WHISKYS EN FRANCE ?	17
LA DEMANDE DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION HORS FOYER	23
<b>PRODUITS ET TENDANCES</b>	<b>25</b>
PANORAMA DES DIFFERENTS TYPES DE WHISKYS CONSOMMES	25
DISTRIBUTION : LA DOMINANCE DE LA GRANDE DISTRIBUTION	28
UNE HAUSSE GENERALISEE DES COUTS DE PRODUCTION, QUI SE REPERCUTE SUR LES PRIX	30
L'IMPORTANCE DE LA REGLEMENTATION	33
<b>COMPARAISON INTERNATIONALE</b>	<b>35</b>

## Introduction

Le whisky est un alcool spiritueux obtenu à partir de céréales (orge, maïs, seigle, blé...) et d'un long processus d'élaboration qui doit durer au moins trois ans (maltage, brassage, fermentation, distillation et vieillissement).

Le whisky s'affirme comme le spiritueux le plus apprécié des Français, devant le rhum, les anisés et la vodka. Sa domination sur les autres spiritueux est particulièrement frappante dans le segment du whisky vendu en grande distribution où il réalise environ **43% des ventes totales** de spiritueux.

Le marché est historiquement dominé par les acteurs anglo-saxons, notamment le **whisky écossais** ou Scotch Whisky car l'Écosse abrite d'importantes distilleries. Vient ensuite le whisky bourbon qui provient des États-Unis, tandis que le whisky irlandais clôt le podium.

**En France, la production de whisky sur le territoire demeure très inférieure à sa consommation**, même si la production hexagonale connaît une croissance très élevée ces dernières années. Entre 2010 et 2023, **les ventes de whisky français ont été multipliées par 7** et le cap du million de bouteilles vendues a été franchi en 2018 comme [l'indique la Fédération du whisky de France](#). Les 5 principales distilleries installées sur le territoire (**Distillerie Warengem, Distilleries des Menhirs, Rozelieures, Hepp et Bellevoye**) concentrent la moitié des ventes de whisky français et adoptent souvent un positionnement haut de gamme. En capitalisant sur l'appétence pour des produits plus locaux et sur l'expertise existante en matière de distillation et de tonnellerie grâce à une puissante filière du vin et des spiritueux, de nombreuses distilleries se sont diversifiées avec succès sur le marché du whisky français.

**En Grandes Surfaces, les marques internationales règnent en maître : les plus vendues sont William Peel, Jack Daniel's, Ballantine's, Grant's, Clan Cambel et Label 5.** En 2021, se sont cependant bien les whiskys français qui ont enregistré les plus fortes croissances en valeur (+ 29,9%), comme en volume, (+ 25 %), une tendance qui s'est confirmée en 2022 et en 2023. La Consommation Hors Domicile demeure quant à elle encore légèrement inférieure à son niveau pré-covid, malgré une belle reprise de l'activité des débits de boissons en 2022-2023 avec l'allègement complet des contraintes sanitaires.

**Parmi les dernières tendances du marché, les lancements de whiskys aromatisés** visent une clientèle plus jeune et moins « puriste » : on peut prendre l'exemple du *Jack Daniel's Honey* ou encore du *Fire* (épicé à la cannelle). Enfin, le succès des **whiskys super premium** (blends de plus de 12 ans et single malts) attire de nouveaux collectionneurs avec des prix qui atteignent des sommets.

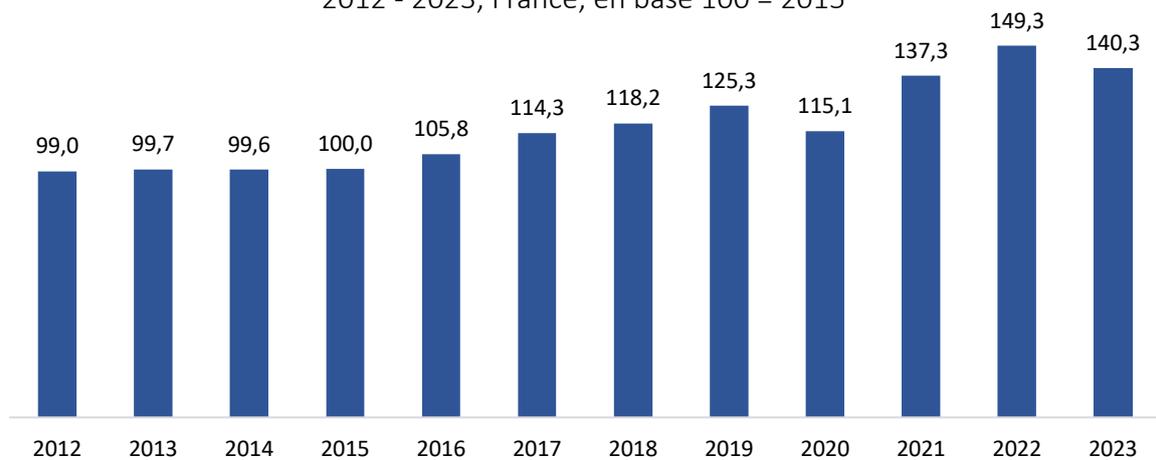
## Taille du marché français

### Taille de marché

#### Indice de chiffre d'affaires des entreprises spécialisées dans la production de spiritueux

Évolution de l'indice de chiffre d'affaires de la production de boissons alcooliques distillées - NAF 10.01Z - marché intérieur et export

2012 - 2023, France, en base 100 = 2015



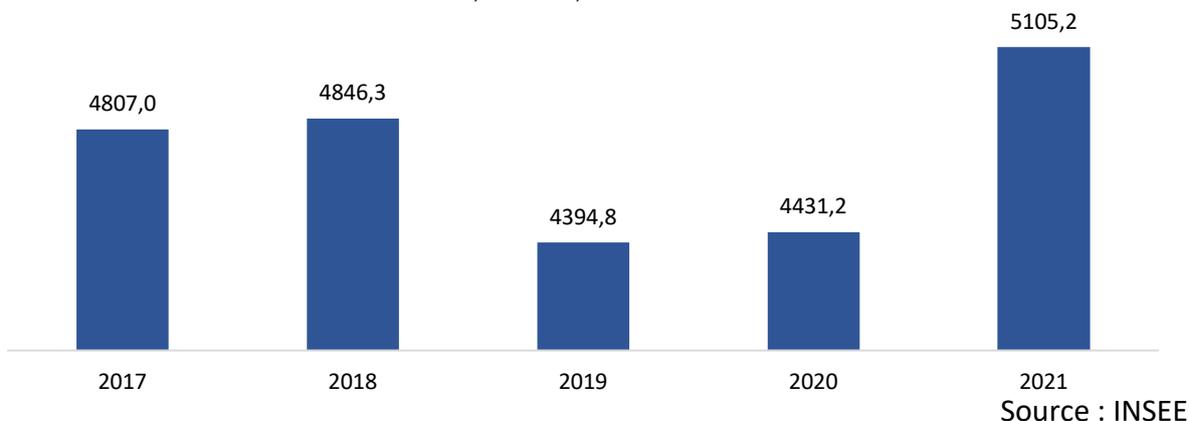
Source : INSEE

Entre 2015 et 2023, le chiffre d'affaires des entreprises qui opèrent dans la production de boissons alcooliques distillées a augmenté de 49,3%. La réduction de l'activité (-8,1%) en 2020 a été plus que compensée par le rebond en 2021 (+19,3%), en 2022 (+8,8%), avant que la dynamique se réduise en 2023 (-6%).

Après des années de forte hausse portées par une revalorisation des prix, l'activité a notamment été affectée par une baisse des ventes à l'étranger et la faiblesse de la demande de cognac.

Chiffre d'affaires des entreprises du secteur : en valeur absolue

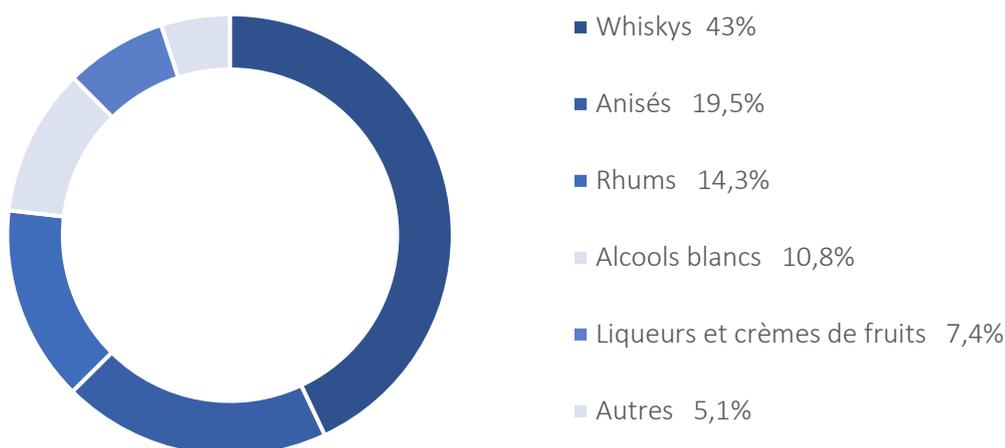
Chiffre d'affaires de la production de boissons alcooliques distillées - NAF 10.01Z - marché intérieur et export  
2017 - 2021, France, en milliards d'euros



En valeur absolue, le chiffre d'affaires des entreprises du secteur était estimé à 5105,2 M€ en 2021.

Aperçu général des ventes de liqueurs et crèmes de fruits au sein du marché des spiritueux en GMS (Grandes et Moyennes Surfaces)

Répartition des ventes de spiritueux en GMS en valeur - par type  
2022, France, en % des ventes en valeur

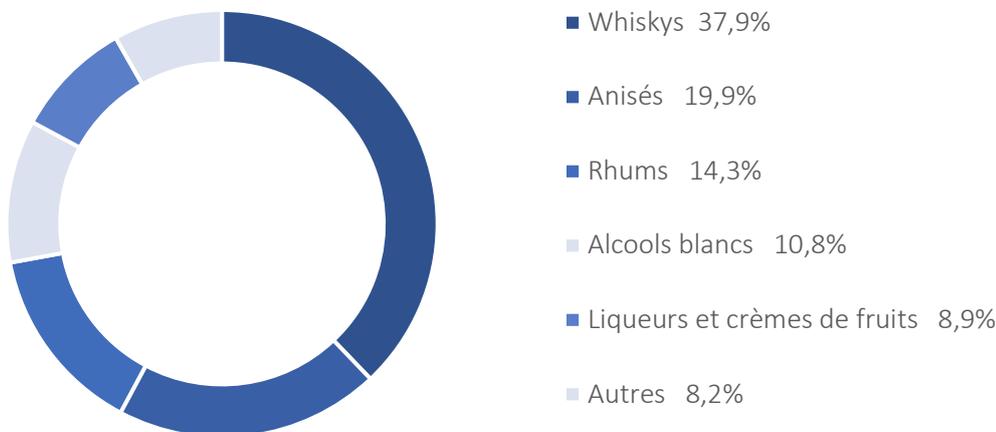


Source : Fédération Française des Spiritueux

Le whisky est de loin le premier spiritueux vendu au sein des grandes et moyennes surfaces avec 43% des ventes en valeur (37,9% des volumes). Il devance facilement les anisés (19,5%), les rhums (14,3%) et les alcools blancs (10,8%).

### Répartition des ventes de spiritueux en GMS en volume - par type

2022, France, en % des ventes en volume

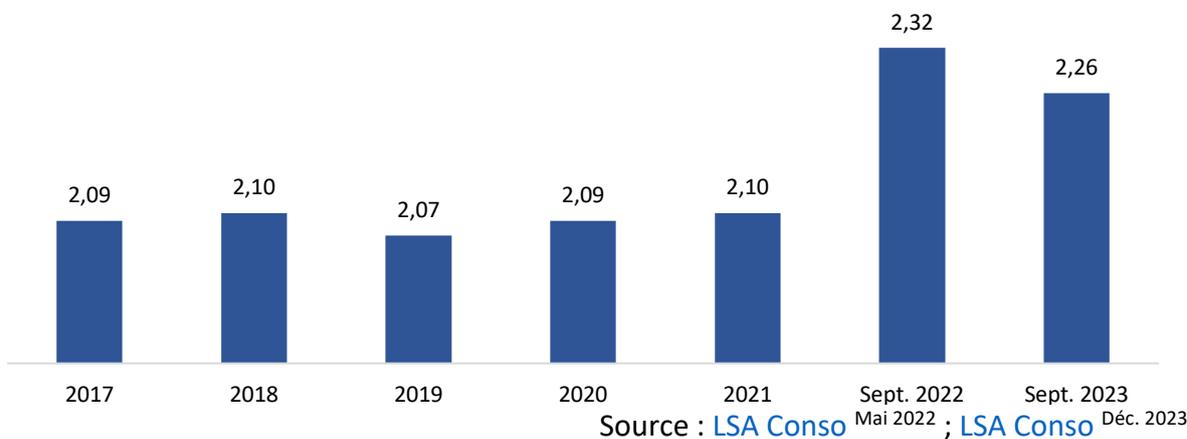


Source : Fédération Française des Spiritueux

#### Zoom sur le marché du whisky en France

- Les ventes en Grandes et Moyennes Surfaces (+ proximité et drive)

#### Valeur des ventes de Whisky en GMS (+ drive et proximité) 2017 - Septembre 2023, France, en milliards d'euros



Entre septembre 2022 et septembre 2023, les ventes de whisky en GMS se sont élevées à 2,26 Md€, en baisse de 2,6% en valeur et de 5,7% en volume par rapport aux 12 mois précédents.

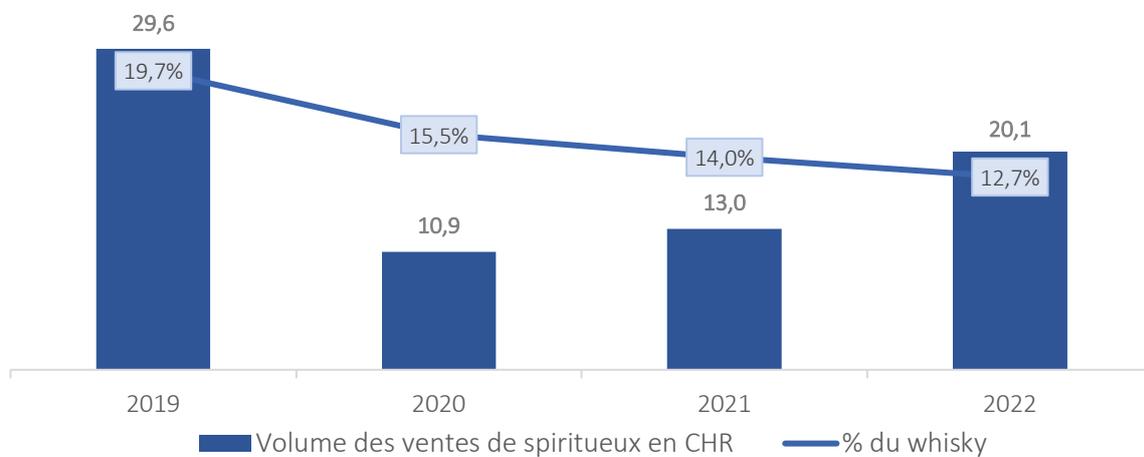
De 2017 à 2021, la valeur des ventes de whisky en GMS a démontré une certaine stabilité, les ventes totales ont augmenté de moins de 1%. Le marché en valeur a bien résisté grâce à une augmentation progressive des prix (phénomène de premiumisation), on constate toutefois une certaine érosion des volumes. En 2018, ceux-ci ont ainsi baissé de 3%, une baisse qui s’est encore accentuée en 2019 (-4,3%).

L'impact de cette baisse des volumes en 2019 a été compensé par l'entrée en vigueur de la loi EGALIM en 2019 qui limite les promotions sur les ventes dans la grande distribution (voir partie réglementation). L'année 2021 s'inscrit dans la continuité de cette tendance avec des volumes qui s'effritent de 0,6% et un chiffre d'affaires en hausse de 0,7%.

En 2022 et en 2023, ce phénomène d'effritement des volumes et des hausses de prix s'est poursuivi, avec un nouveau moteur : l'inflation des coûts de production.

- Les ventes en CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants) : hors domicile

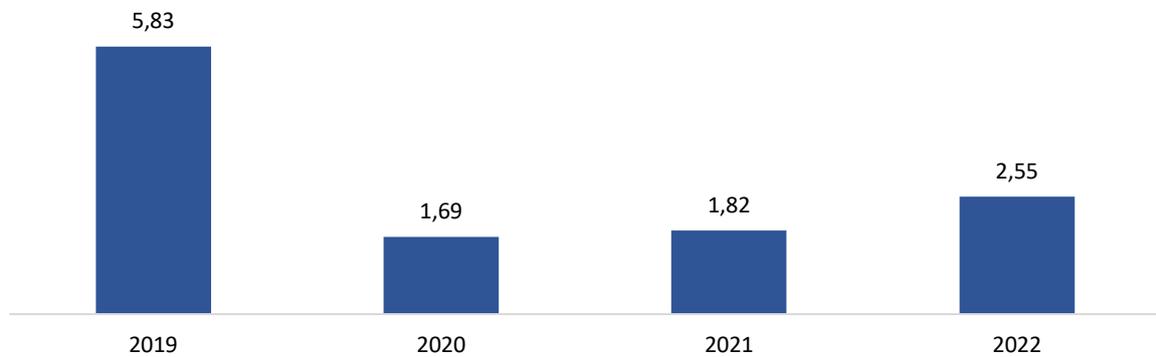
Volume de ventes de spiritueux en CHR et part du whisky  
2019 - 2022, France en millions de litres de spiritueux et en % du whisky



Source : Fédération Française des Spiritueux

Entre 2019 et 2022, on observe que les volumes whiskys écoulés en CHR ont pâti du déclenchement de la crise sanitaire. Les volumes de spiritueux vendus en CHR ont drastiquement diminué en 2020 (-63,2%), une baisse encore aggravée par la baisse du volume du whisky dans le total. Malgré une nette reprise des ventes en 2022, la consommation en volumes de spiritueux en CHR n'a toujours pas retrouvé son niveau de 2019.

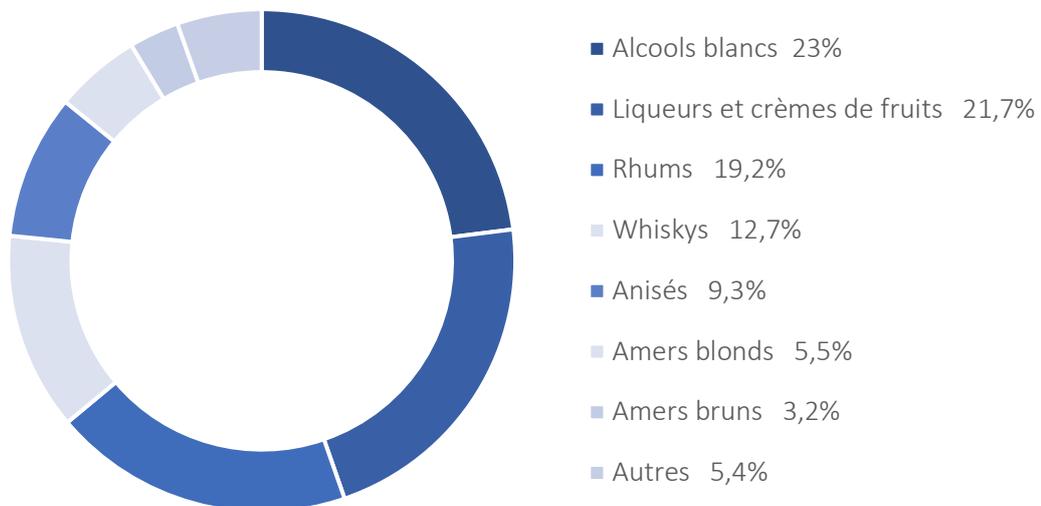
Volumes des ventes de whisky en CHR  
2019 - 2022, France, en millions de litres



Source : Fédération Française des Spiritueux

En valeur absolue, alors que les volumes de whiskys commercialisés en CHR s'élevaient à 5,83 millions de litres en 2019, ils n'étaient plus que de 2,55 millions trois ans plus tard. De 2019 à 2022, les volumes de whiskys commercialisés en CHR ont diminué de 56,3%, sous-performant la catégorie dans son ensemble qui affiche un recul de 25,3%.

Répartition des ventes de spiritueux en CHR - par type  
2022, France, en % des ventes en valeur



Source : Fédération Française des Spiritueux

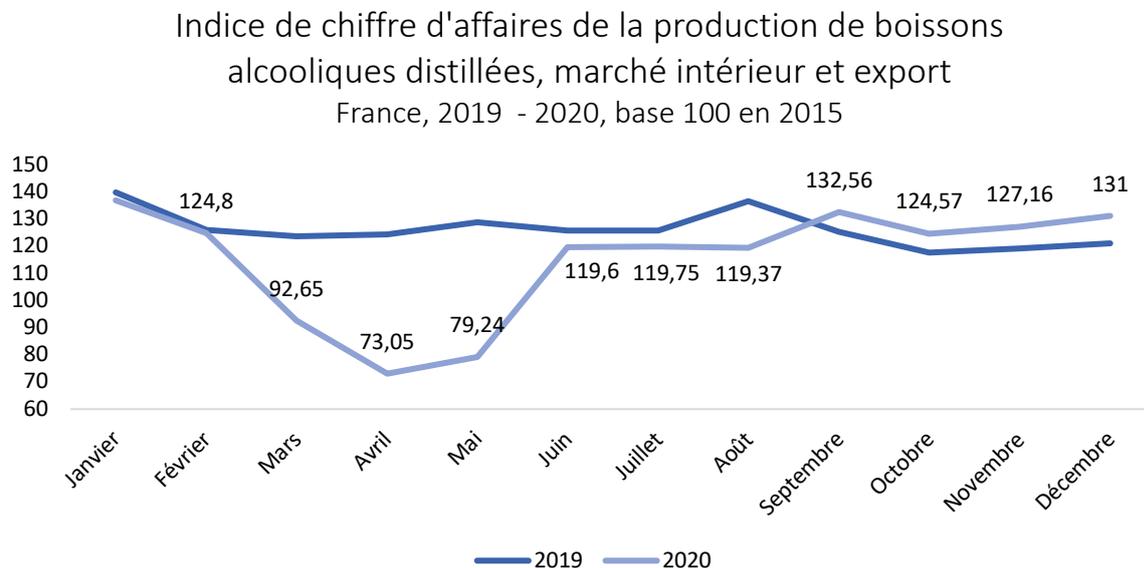
En 2022, les ventes de whisky n'ont représenté que 12,7% des volumes totaux de spiritueux écoulés via les CHR, derrière les alcools blancs (23%), les liqueurs et crèmes de fruits (21,7%) et les rhums (19,2%).

### Conclusion

Les volumes de ventes de spiritueux en CHR sont largement inférieurs aux volumes des grandes surfaces. En 2022, les volumes écoulés en CHR étaient d'environ 20,1 millions de litres, contre 337 millions de litres au sein des GMS. La position privilégiée de ces canaux de distribution leur permet toutefois de dégager des marges beaucoup plus importantes qu'en grandes surfaces, et les marques avec un positionnement très haut de gamme sont généralement absentes des grandes surfaces.

## Rétrospective 2020 - 2023

### Analyse des principaux facteurs ayant affecté les ventes en 2020



Source : INSEE

L'année 2020 a été particulière du fait du contexte sanitaire qui a bousculé l'activité de nombreux industriels, y compris les entreprises de production de spiritueux qui ont souffert de la fermeture des points de ventes (bars, restaurants, discothèques, etc.). En 2020, le chiffre d'affaires des fabricants de spiritueux était ainsi nettement en-deçà de son niveau de l'année précédente (73,05 et 79,24 en avril et mai 2020 contre 123,49 et 124,24 l'année précédente). L'activité des entreprises s'est toutefois nettement redressée dès le mois de juin 2020, avant de dépasser son niveau d'activité prépandémie de septembre 2020 jusqu'à la fin de l'année.

Au plus fort du premier confinement, certaines distilleries ou fabricants ont parfois fait don de leurs stocks d'éthanol aux pharmaciens ou, se sont lancés dans la fabrication de gel hydroalcoolique. La Fédération du Whisky de France a ainsi explicitement proposé à ses membres de contribuer à la production de gel hydroalcoolique dès mars 2020.

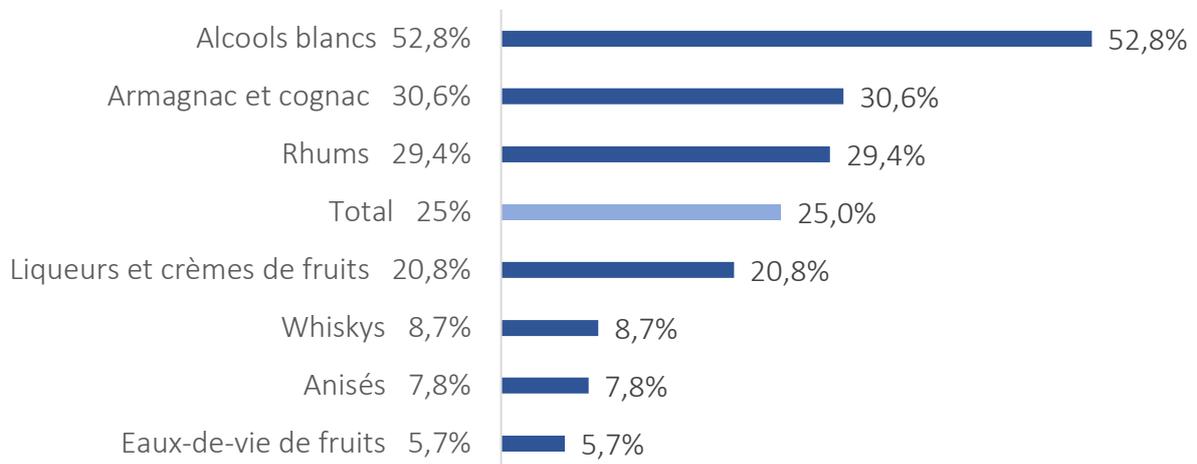
Les ventes de whiskys en GMS ont plutôt bien résisté à l'émergence de la pandémie puisque le chiffre d'affaires a légèrement progressé (+1% par rapport à 2019). À l'inverse, les volumes des ventes de whiskys en CHR se sont effondrés de 46,4%.

Les mesures de fermeture sanitaires ont toutefois été l'occasion pour les opérateurs du secteur d'adapter leur organisation pour assurer en partie la continuité de l'activité. Les sociétés se sont davantage digitalisées et ont en partie adopté le travail à distance lorsque c'était possible, tout en cherchant des alternatives du côté des grandes surfaces.

## Analyse des principaux facteurs ayant affecté les ventes en 2021

### Variaiton des volumes de ventes de spiritueux en CHR - par type

2021, France, en %



Source : [Fédération Française des Spiritueux](#) Juin. 2022

Après un plongeon des ventes en CHR en 2020, les ventes de spiritueux se sont légèrement redressées avec une progression de 25% pour la catégorie. On note toutefois que les ventes de whiskys n'ont que peu profité de l'embellie de la catégorie avec une progression limitée à 8,7%.

En grandes surfaces, les ventes ont affiché une légère progression, favorisées par le report d'une partie de la consommation hors foyer vers la consommation à domicile, même si certaines catégories de whiskys ont su tirer leur épingle du jeu. On note également la hausse des ventes en ligne sur la catégorie, et le rachat par Pernod Ricard en septembre 2021 de la société anglaise The Whisky Exchange : Un des plus gros sites d'e-commerce de vins et spiritueux dans le monde fort d'un catalogue d'environ 4 000 références de whiskys. Le géant des spiritueux cherche ainsi à renforcer sa présence en ligne avec l'acquisition de ce spécialiste qui possède tout de même certaines boutiques physiques.

## Analyse des principaux facteurs ayant affecté les ventes en 2022

Après deux années exceptionnelles, l'année 2022 a également démontré des caractéristiques spécifiques, en partie liées au déclenchement du conflit en Ukraine.

Les fabricants de spiritueux ont d'abord dû faire face à une explosion des prix du verre en France (voir partie Produits – coûts). L'explosion des coûts du gaz et de l'électricité a particulièrement affecté les fabricants de verre, dont la production est très gourmande en énergie. Des phénomènes de pénuries ont même été pointés du doigt fin 2022 et début 2023.

Après un effet de rattrapage et des ventes dynamiques en grandes surfaces en 2021, on constate un certain recul des ventes de spiritueux en GMS, y compris pour le whisky. [LSA Conso](#) <sup>Oct. 2022</sup>, indique ainsi que les volumes des ventes de whiskys en GMS ont dévissé de 9% au premier semestre 2022 par rapport au premier semestre 2021. Le magazine souligne la nécessité pour le whisky de se réinventer pour rajeunir sa clientèle. Frédéric Abeille, chef de groupe pour La Martiniquaise ajoute que « *La catégorie des blends de moins de douze ans, qui représente environ 80 % des volumes de whiskys, est celle qui a le plus souffert des transferts de consommation* ».

Enfin, le replis des ventes s'est intensifié en fin d'année avec la pression supplémentaire sur le pouvoir d'achat des ménages. Les boissons alcoolisées font partie des premières catégories victimes des arbitrages de consommation lorsque le budget des ménages se contraint. Alors que les catégories premium ou *Made in France* ont tiré le marché vers le haut ces dernières années, leur positionnement haut de gamme interroge en cette période inflationniste.

À l'inverse des deux années précédentes, les entreprises bien positionnées dans les débits de boissons ont pu compter sur une année complète et le retour des consommateurs.

## Analyse des principaux facteurs ayant affecté les ventes en 2023

L'année 2023 s'inscrit dans le prolongement des tendances de long terme constatées les années précédentes, et amplifiées par l'inflation. Les ventes en volumes de whiskys continuent de reculer, avec une baisse de 5,7% en GMS, un phénomène en partie attribuable à l'inflation qui fait peser des contraintes supplémentaires sur le budget des ménages.

Toutefois, la premiumisation du marché du whisky se poursuit. Pernod Ricard indique ainsi que c'est la qualité de whisky la moins bien valorisée entre 12 et 15 euros qui pâti de la plus forte baisse de volumes, alors que les ventes de whiskys premium continuent de croître.

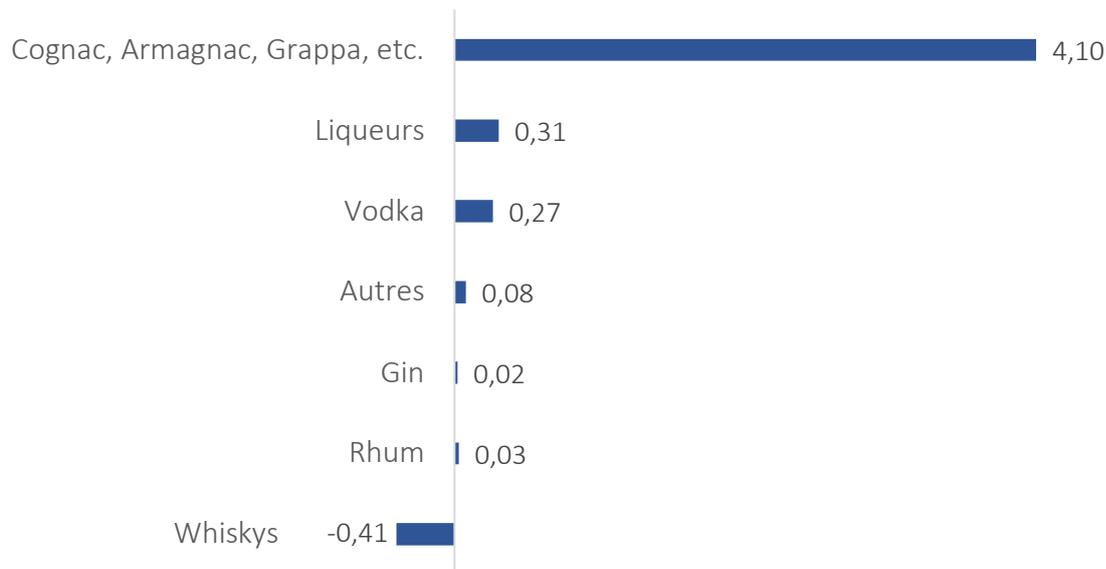
# Made in FR – La production française et les initiatives de production locale

## Un décalage fort entre consommation et production

Alors que les vins et spiritueux sont parmi les premiers contributeurs à la balance commerciale française et que le whisky est encore de loin le premier spiritueux consommé en grandes surfaces, la production française est longtemps demeurée quasi négligeable.

On observe ainsi une divergence très nette entre le tissu productif français qui demeure très peu développé malgré le récent foisonnement d’initiatives de whisky *Made in France*, et la consommation qui est très répandue. Cette situation est totalement inverse à celle observée pour [la filière du cognac](#) qui représente 60% de la production nationale de spiritueux en valeur, mais qui est quasi intégralement tournée vers l’export.

Solde commercial de la France en matière de spiritueux - par catégorie  
2022, France, en milliards d'euros



Source : Intracen

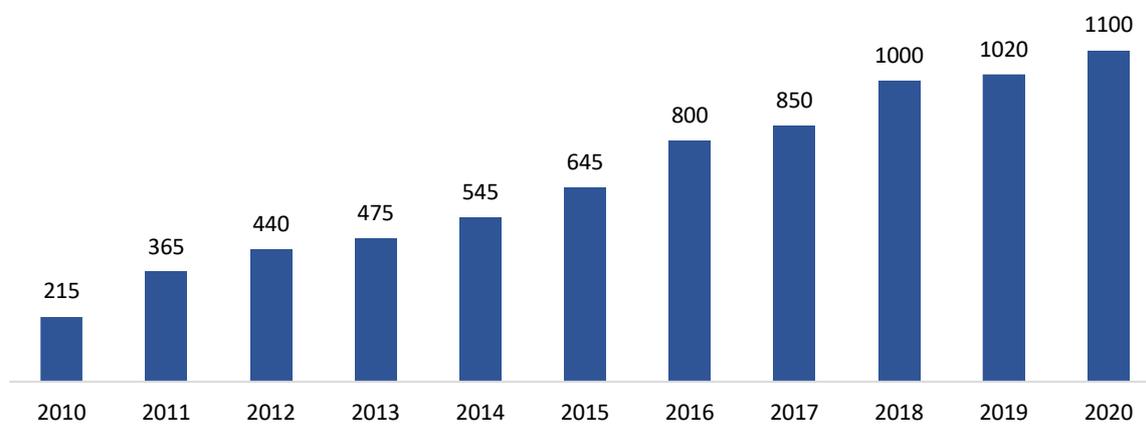
Le solde commercial de la France en matière de spiritueux illustre bien le paradoxe de la filière du whisky en France. Le whisky est l’unique catégorie de spiritueux qui présente un solde négatif d’environ -410 millions d’euros en 2022, alors que l’ensemble des autres catégories de spiritueux présente un solde positif, signe du savoir-faire tricolore en la matière.

## Un engouement certain

Tous les voyants sont au vert pour les producteurs français de whisky qui capitalisent sur une multitude de facteurs :

- La déconnexion actuelle entre consommation et production de whisky sur le territoire.
- Le savoir-faire tricolore dans les spiritueux en ce qui concerne le brassage, le maltage et surtout la distillation.
- Une production d'orge qui se classe parmi les premières au monde.
- L'appétit des Français pour le *Made in France* et la valorisation des terroirs et des produits alimentaires locaux.

Nombre de bouteilles de whisky français vendues  
2010 - 2020, France, en milliers de bouteilles



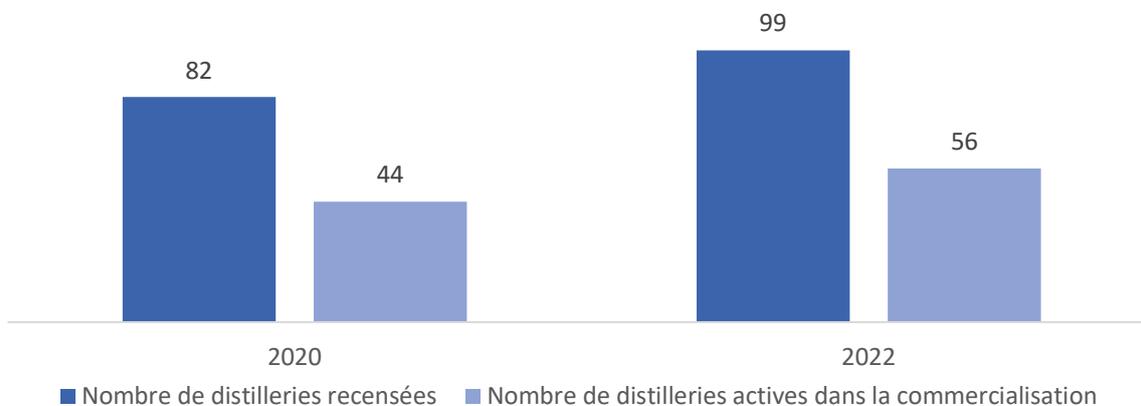
Source : [Fédération du Whisky de France](#)

Entre 2010 et 2020, le nombre de bouteilles de whisky français vendues a plus que quintuplé pour atteindre 1,1 million. Si le whisky français a tout pour continuer à gagner du terrain, les producteurs français n'approvisionnent actuellement qu'une infime partie de la demande. Le *Made in France* permet une relative différenciation, mais les entreprises britanniques bénéficient de plus d'historique et de marques bien installées dans l'esprit des consommateurs.

Cet engouement pour les whiskys français se vérifie dans les chiffres de ventes en grandes surfaces. [LSA Conso](#) <sup>Mai. 2022</sup>, révèle ainsi qu'au sein d'un marché mature, ce sont bien les whiskys français qui ont enregistré les plus fortes croissances valeur (+ 29,9 %) comme en volume (+ 25 %).

D'après David Roussier, directeur général de la marque bretonne Armorik (Distillerie Warengem) interrogé par le magazine « *Aujourd'hui, la question n'est pas de savoir s'ils vont croître, car ils remplissent toutes les conditions, mais sur quelles origines ils prendront des parts de marché à moyen terme* ».

Nombre de distilleries avec une activité dans le whisky -  
production et commercialisation  
2020 - 2022, France, en nombre



Source : [Les Echos](#) Juil. 2020 ; [LSA Conso](#) Mai. 2022

Si l'on s'intéresse au nombre de distilleries avec une activité dans le whisky, on constate une forte progression. En l'espace de deux ans, le nombre de distilleries recensées a ainsi progressé de 20,7%, tandis que le nombre de distilleries actives dans la commercialisation a augmenté de 27,2%.

#### Un potentiel de croissance encore important

La production française de whisky reste encore relativement anecdotique et peut être largement relativisée. Le journal [Les Echos](#) Juil. 2020, avance une consommation française annuelle d'environ 200 millions de bouteilles, très supérieure à la production tricolore d'environ 1,1 million de bouteilles en 2020. D'après [LSA Conso](#) Mai. 2019, sur un marché de 2,07 milliards d'euros de ventes en GMS en 2019, les whiskys français n'avaient représenté que 8,6 millions d'euros de recettes cette année-là (+12% sur l'année). En 2022, la part de marché en volume des whiskys français en grande surface n'était encore que de 0,6%.

Le positionnement prix des whiskys français s'oriente vers le haut de gamme et s'inscrit également dans la tendance à la cannibalisation du segment « premium » sur le segment des blends de moins de 12 ans qui sont en recul structurel. Philippe Jugé, directeur de la Fédération du whisky de France indique ainsi que « *Les whiskys français ont un positionnement haut de gamme et sont vendus plus chers que les écossais, de 25 à 200 euros la bouteille avec un prix médian à 70 euros* ». On est ainsi très loin du prix moyen de 20,43 euros la bouteille de 75 cl de whisky (voir partie Produits et tendances).

Dans un communiqué de presse, le [Syndicat Français des Liqueurs](#) Avr. 2021 montre les changements des habitudes de consommation des Français. Ceux-ci privilégient « *une consommation de produits régionaux, affirmant leur volonté de retrouver le goût de produits patrimoniaux, leur fort sentiment d'appartenance régionale et leur solidarité avec les artisans et producteurs locaux* ».

Plusieurs distilleries françaises, souvent en complément d'une production historique, contribuent à cette ascension, notamment dans la région de Cognac qui s'établit comme un acteur majeur du secteur. Pour protéger et reconnaître leur savoir-faire, environ 70 producteurs se sont regroupés au sein de la Fédération du Whisky de France, visant l'obtention d'une Indication Géographique Protégée (IGP). Une demande a été déposée auprès de l'INAO au printemps 2023, qui, si elle est approuvée, garantirait que les processus de production se déroulent intégralement en France.

## Clients

### Qui sont les consommateurs de whiskys en France ?

Des hommes davantage que des femmes et une moyenne d'âge élevée

Répartition des consommateurs de whisky - par genre  
2018, France, en %

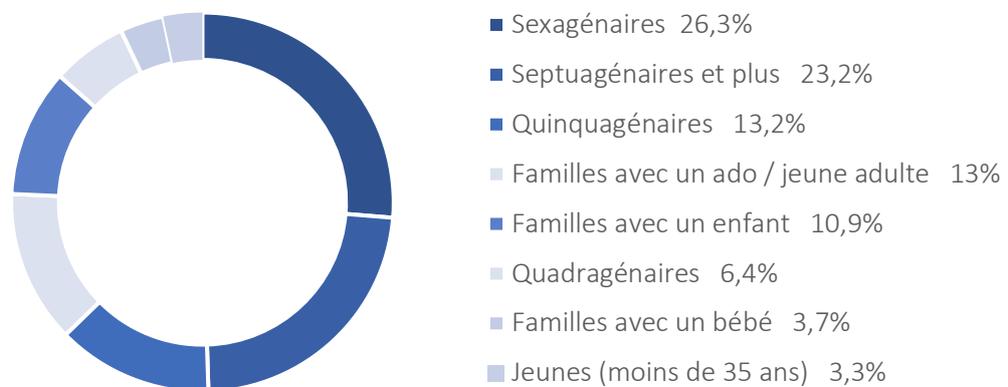


Source : [Ipsos](#) Sep. 2018

En 2018, un sondage Ipsos indiquait que la proportion d'hommes s'élevait à 69% pour les achats de whisky, ils réalisaient ainsi plus des deux tiers des ventes.

D'après LSA Conso, les individus de plus de soixante ans totalisaient 59,5% des dépenses de whisky en 2023, illustrant le fait que la majorité des clients fait partie des dernières tranches d'âge.

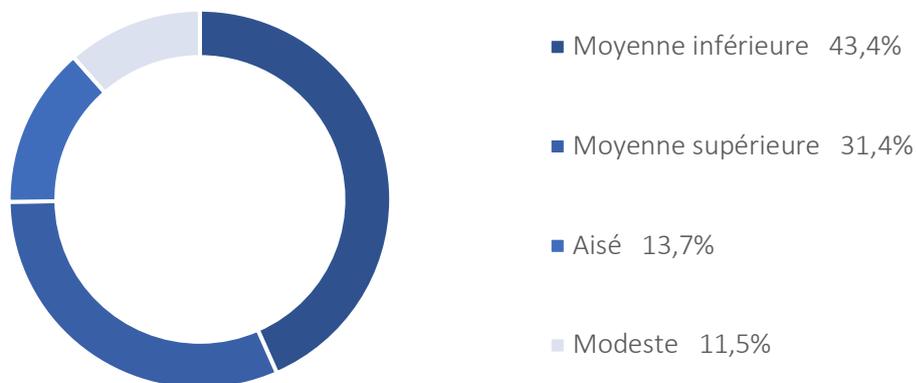
Répartition des dépenses de whisky - par tranche d'âge et situation familiale  
2023, France, en %



Source : [LSA Conso](#) Fév. 2024

La classe moyenne inférieure, grande amatrice de whisky

Répartition des dépenses de whisky - par catégorie professionnelle  
2023, France, en %

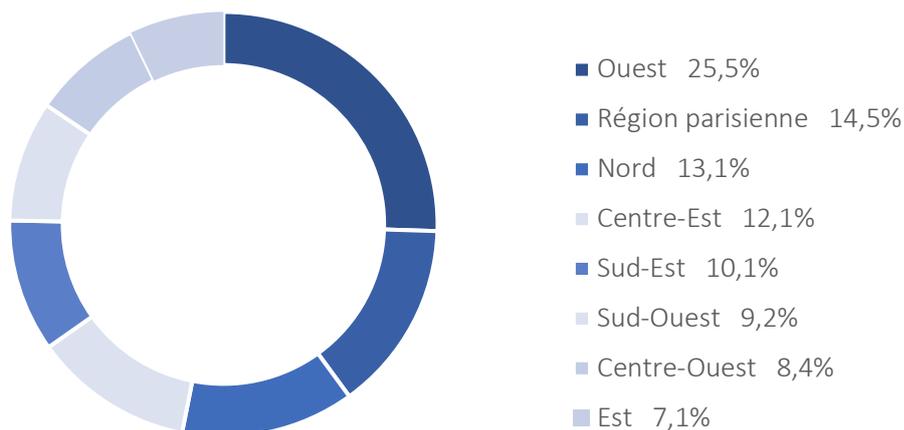


Source : [LSA Conso](#) Fév. 2024

Les classes moyennes inférieures et moyennes supérieures représentent quasi les trois quarts (74,8%) des dépenses de whisky en France, tandis que les individus modestes et aisés sont nettement moins présents.

Demande – par zone géographique

Répartition des dépenses de whisky - par zone géographique  
2023, France, en %



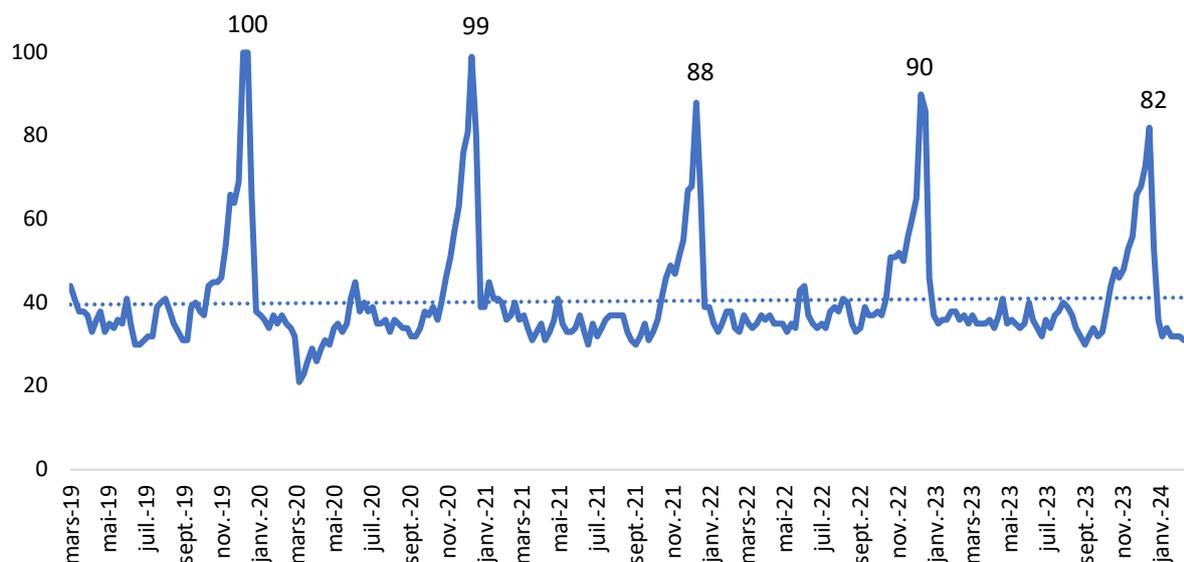
Source : [LSA Conso](#) Fév. 2024

Au niveau des zones géographiques, l’Ouest de la France se détache nettement avec plus du quart du total. La région parisienne se place ensuite avec 14,5%. À l’inverse, la culture du whisky est moins marquée dans l’Est de la France où l’on consomme moins de whisky par rapport au reste de la France.

## Une demande saisonnière

[LSA Conso](#) <sup>Mai 2019</sup>, souligne la saisonnalité des ventes de whisky single malt en France. Séverine Owczarczak, chef de produit senior Chivas et The Glenlivet chez Ricard, pointe la dépendance excessive des single malts à la Fête des pères et à la fin d'année, qui pèsent la moitié des volumes.

Fréquence de recherche du mot clé "whisky" sur Google.fr  
2019 - 2024, France, en base 100 = pic de recherche



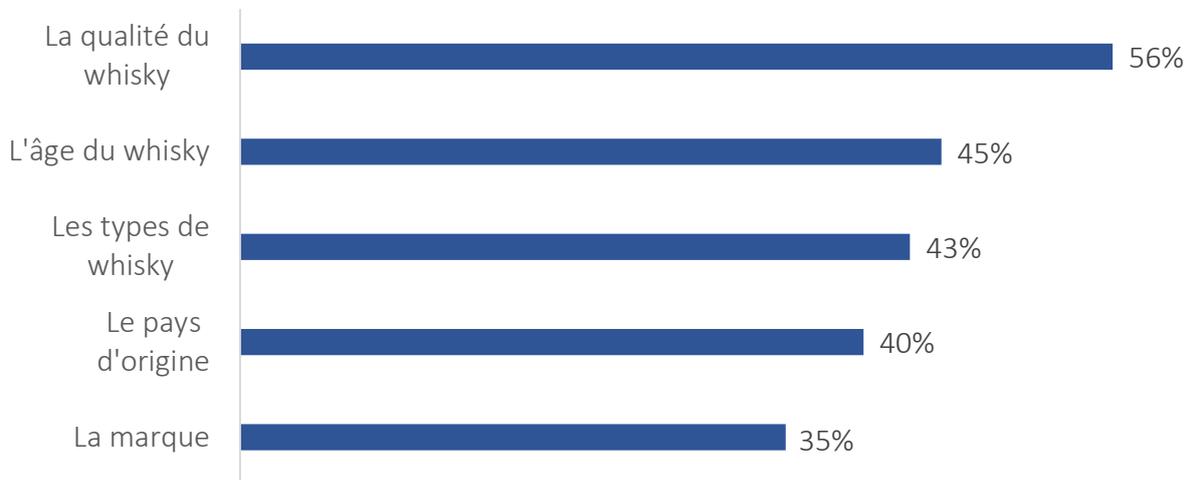
Source : Google Trends

Les données ci-dessous représentent la fréquence de recherche du mot clé « whisky » en France, par rapport au moment où le taux d'utilisation de ce mot clé a été le plus élevé (valeur de 100). Ainsi une valeur de 50 pour une semaine signifie que le mot clé a été deux fois moins recherché que lors de son pic de recherche enregistré sur la période 2019 - 2024.

On observe ici cette saisonnalité des ventes avec un fort pic de recherche du mot clé « whisky » sur internet qui se produit en fin d'année.

## Les principaux critères de choix des consommateurs

Quelles informations sont importantes pour vous lors de l'achat d'un whisky?  
2018, France, en %



Source : [Ipsos](#) Sept. 2018

Le critère de qualité revient de plus en plus dans les réponses des sondés, ce qui est cohérent avec la premiumisation progressive du marché ; l'effritement des ventes en volume qui s'ajoute à l'augmentation des prix. On observe également une certaine divergence entre les « nouveaux » et les « anciens » acheteurs de spiritueux.

Base « faibles connaisseurs de Whisky		Base « connaisseurs » de Whisky	
Critères	% important	Critères	% important
<b>Le prix</b>	82%	<b>L'Origine du Whisky</b>	94%
<b>L'habitude</b>	80%	<b>Le type de Whisky</b>	94%
<b>Les promotions</b>	74%	<b>L'habitude</b>	93%
<b>La marque</b>	74%	<b>L'âge du whisky</b>	89%
<b>Le type de Whisky</b>	69%	<b>La marque</b>	89%
<b>L'Origine du Whisky</b>	68%	<b>Le prix</b>	80%
<b>La disponibilité en magasin</b>	66%	<b>La disponibilité en magasin</b>	73%
<b>L'âge du whisky</b>	66%	<b>Les promotions</b>	69%
<b>Le fait qu'il soit conseillé par un proche</b>	61%	<b>La couleur, la teinte</b>	67%
<b>La couleur, la teinte</b>	45%	<b>Le fait qu'il soit conseillé par un proche</b>	66%

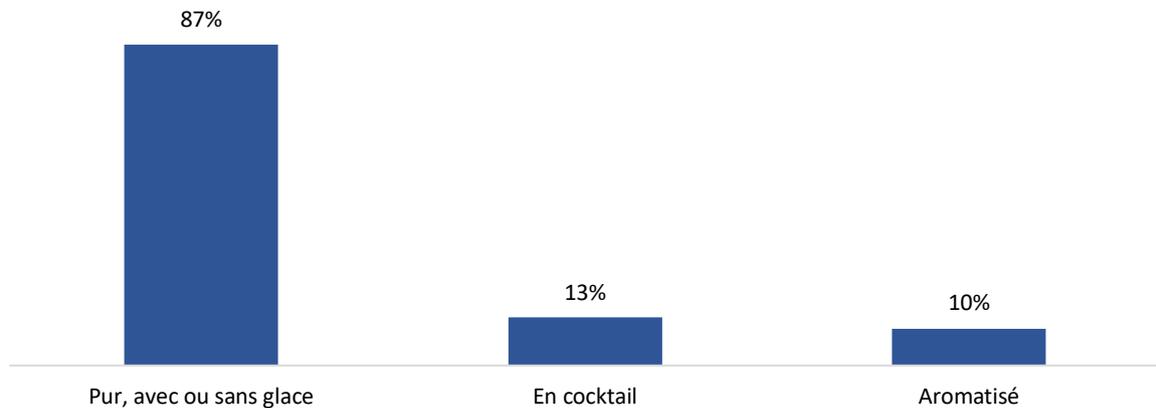
Source : [Ipsos](#) Sept. 2018

On peut voir que le degré de connaissance a un impact direct et significatif sur l'appréciation de l'importance des différents critères de choix d'un whisky. Les deux critères les plus importants ne sont pas les mêmes selon la catégorie d'acheteurs, tandis que certains critères comme l'âge du whisky ne sont pas du tout appréciés à la même valeur.

D'après le baromètre d'Ipsos et La Maison du Whisky repris par [LSA Conso](#) Sept. 2022, les consommateurs « anciens » ont tendance à davantage privilégier la qualité par rapport à leurs débuts. Ils sont ainsi 67% à privilégier l'aspect qualitatif, quitte à y mettre le prix, tandis que 73% déclarent être plus attentifs à l'origine géographique du produit.

Le type de consommationHabitudes de consommation des consommateurs de whisky -  
par type de consommation

2018, France, en %

Source : [Ipsos](#) Sept. 2018

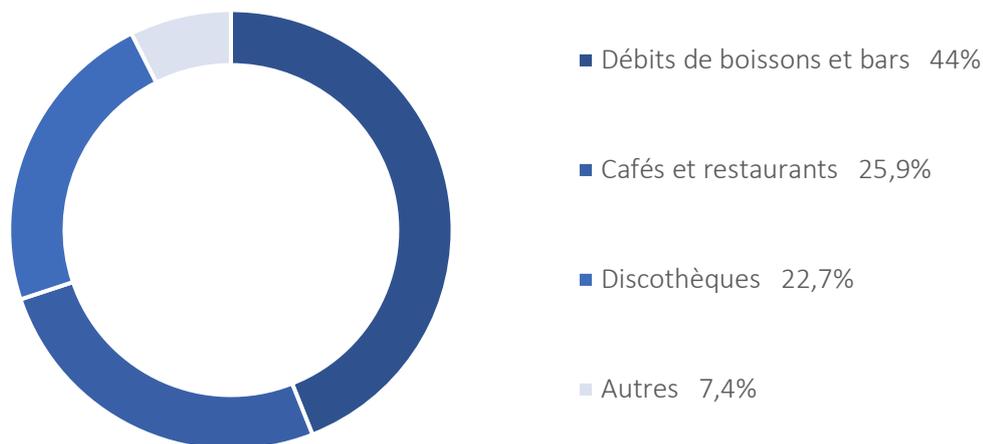
La plupart des consommateurs prennent leur whisky pur, avec ou sans glace. La consommation de whiskys aromatisés et les usages en cocktail étaient encore relativement limités.

Toutefois, les marques ont multiplié les lancements ces dernières années pour profiter de la hausse des ventes des spiritueux aromatisés et de la tendance cocktail. Cette dernière a ainsi profité à la vodka, au gin ou au rhum qui ont vu leurs ventes en grandes surfaces comme en CHR progresser, en partie grâce aux moscow mules, mojitos et autres cocktails. Leader du marché en volume, *William Peel* a sorti une référence à la menthe et au citron, inspirée des mojitos, ainsi qu'une liqueur avec du miel aujourd'hui disponibles dans les grandes surfaces. Autre exemple, *Label 5* vante les mérites de son bourbon barrel, vieilli en fûts de bourbon pour lui donner un goût plus sucré et vanillé.

## La demande des circuits de distribution hors foyer

### Panorama d'ensemble

Répartition des ventes de spiritueux en CHR  
2008, France, en volume (%)



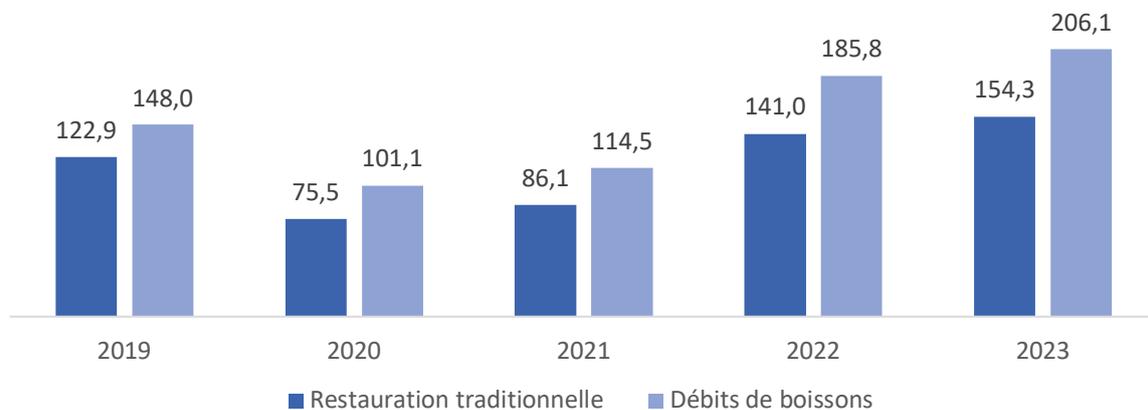
Source : C10

Les dernières données sur les marchés clients en CHR ont été fournies par C10, le réseau de distributeurs grossistes en boissons auprès des professionnels du secteur de la restauration, de l'hôtellerie et des débits de boissons.

Les débits de boissons et bars étaient alors le premier canal de distribution avec 44% des volumes, devant les cafés et restaurants (25,9%), et devant les discothèques (22,7%). En l'absence de données plus récentes, on note toutefois qu'il ne s'agit là que de chiffres indicatifs, le nombre de discothèques présentes sur le territoire français ayant notamment diminué au cours du temps.

## Évolution de l'activité

Indice de chiffre d'affaires de la restauration de type rapide, de la restauration traditionnelle et des débits de boisson  
2019 - 2023, France, base 100 = 2015



Source : INSEE

Après une *annus horribilis* pour les débits de boisson en 2020 et une chute de l'indice de chiffre d'affaires de 31,7%, les ventes des débits de boisson se sont redressées en 2021 (+13,2%) avant de littéralement s'envoler en 2022 (+62,2%) et en 2023 (+10,9%).

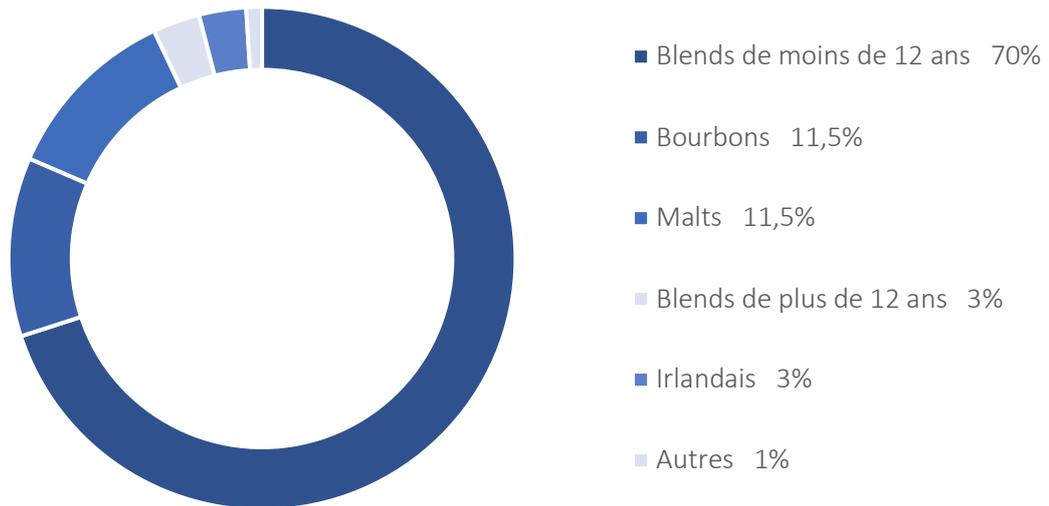
Les bars, restaurants et cafés bénéficient de la levée complète des restrictions sanitaires. Les Français se sont largement montrés au rendez-vous avec un rééquilibrage des dépenses de loisirs vers les sorties et les restaurants, qui ont largement profité de la réouverture généralisée.

Le whisky est également, abondamment utilisé pour la fabrication de cocktails. On peut ainsi citer le Manhattan, l'Irish Coffee, l'Old Fashioned, le Whisky Sour, etc. L'utilisation des liqueurs dans les cocktails permet également de rajeunir l'image des marques.

## Produits et tendances

### Panorama des différents types de whiskys consommés

Répartition des ventes de whisky - par type de whisky  
2018, France, en %

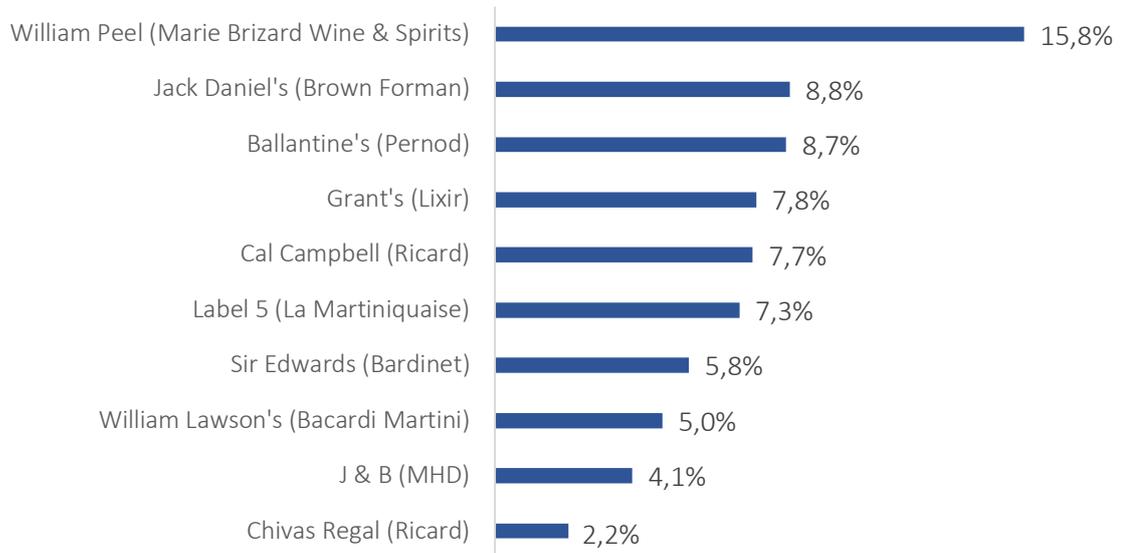


Source : [LSA Conso](#) Mai. 2018

Les blends de moins de 12 ans constituaient de loin la première catégorie de whiskys vendue, avec environ 70% du total. Les Bourbons et les Malts viennent ensuite en représentant environ 11,5% de la valeur du marché.

On note que le prix de vente varie fortement en fonction de plusieurs facteurs : la marque, l'âge, le type de whisky (single malt), l'origine géographique ainsi que la mention d'une cuvée d'exception comme les *single cask* qui indiquent les whiskys provenant d'un unique fut.

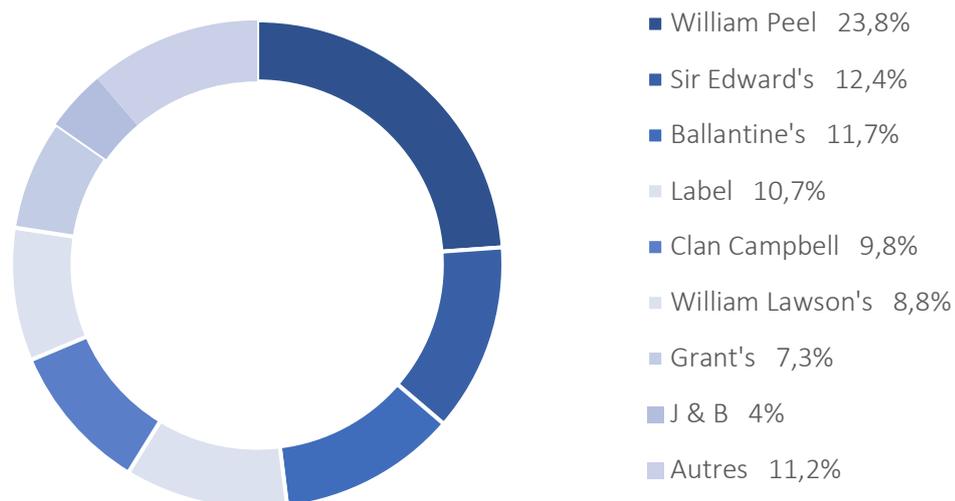
Part de marché des 10 marques de whisky leader en GMS  
2018, France, en %



Source : [LSA Conso](#) Mai. 2018

Au niveau des marques, *William Peel* est le leader incontesté de la catégorie avec plus de 15% des parts de marché en 2018. Une multitude de marques bataillent ensuite pour la seconde place (*Janck Daniel's*, *Ballantine's*, *Grant's*, *Cal Campbell* ou *Label 5*).

Part de marché en volume par marques dans les blends de moins de douze ans en GMS  
Mars 2021, France, en %



Source : [LSA Conso](#) Mai. 2021

Si l'on s'intéresse aux parts de marché en volume des marques sur le segment des blends de moins de douze ans en GMS, *William Peel* domine le marché en capturant 23,8% des volumes entre mars 2021 et mars 2020.

Ces dernières années, la répartition des ventes de whisky a légèrement évolué, parmi les principaux changements on trouve :

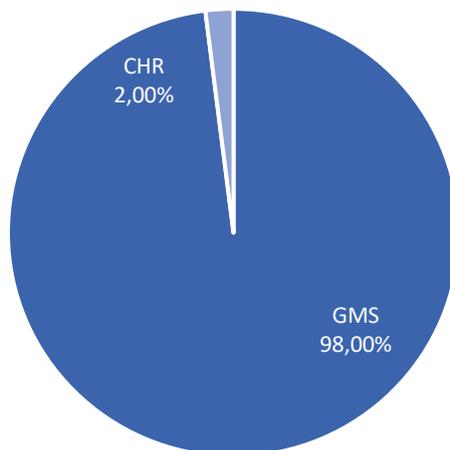
- **L'essor des whiskys premium** : d'après Séverine Owczarczak interviewée par [LSA Conso](#) <sup>Mai. 2019</sup>, chef de produit senior Chivas et The Glenlivet chez Ricard : « *Sur les dix dernières années, les whiskys super-premium ont connu une croissance annuelle moyenne en volume de 4 %* ». Au sein d'un marché mature où les ventes stagnent en grandes surfaces, la catégorie des whiskys premium continue de gagner des parts de marché. En cours, depuis plusieurs années, cette tendance a continué en 2021 d'après Coline Dauga, chargée du blended malt Monkey Shoulder chez William Grant & Sons interrogé par [LSA Conso](#) <sup>Oct. 2022</sup> « *La catégorie des whiskys premium apporte la plus forte contribution à la croissance, à 43 % en 2021* ». Prenant un cas extrême, Thierry Benitah, de la Maison du whisky à Paris déclarait dans le journal [Les Echos](#) <sup>Jan. 2024</sup> : « *Il se crée désormais des bouteilles proposées à 200.000 ou 300.000 euros* », qui intéressent amateurs, investisseurs et... collectionneurs ».
- **Le recul structurel des blends de moins de 12 ans** : À l'inverse, la catégorie reine des blends de moins de 12 ans qui concentre encore 80% des volumes en 2021, voit ses ventes baisser de manière structurelle. D'après [LSA Conso](#) <sup>Mar. 2019</sup>, l'érosion des volumes de la catégorie peut être quantifiée via plusieurs facteurs :
  - 54% par une baisse globale de la consommation de whisky.
  - 31% à cause de la cannibalisation des autres catégories, au premier rang les bières.
  - 15% par la perte d'acheteurs.

Trois ans après ce premier constat, l'érosion n'a pas encore été endiguée. Frédéric Abeille, chef de groupe pour La Martiniquaise cité par [LSA Conso](#) <sup>Oct. 2022</sup> confirme la tendance « *La catégorie des blends de moins de douze ans, qui représente environ 80 % des volumes de whiskys, est celle qui a le plus souffert des transferts de consommation* ». Alors que les blends de moins de 12 ans représentaient 70% des ventes en valeur en 2018, leur part a diminué pour s'établir à 65% du total en 2021, pour 80% des volumes.

Pour contrer cette érosion des ventes, les marques ont pourtant multiplié les initiatives ces dernières années. En premier lieu, les lancements de whiskys aromatisés visent une clientèle plus jeune et moins « puriste » : on peut prendre l'exemple du *Jack Daniel's Honey* ou encore du *Fire* (épicé à la cannelle). Pour les entreprises, il s'agit de se raccrocher aux nouvelles tendances de consommation comme la généralisation des cocktails ou le sans alcool, qui ne sont pas réservées aux startups mais sur lesquelles les grands groupes entendent bien capitaliser. Pernod Ricard a ainsi sorti son *Whisky 0% Celtic Soul* qui a été lancé dès 2019 sur le marché britannique, tandis que le géant distribue son gin sans alcool *Ceder's* dans une dizaine de pays, y compris la France.

## Distribution : la dominance de la grande distribution

Répartition des volumes des ventes de whisky - par circuit de distribution  
2022, France, %



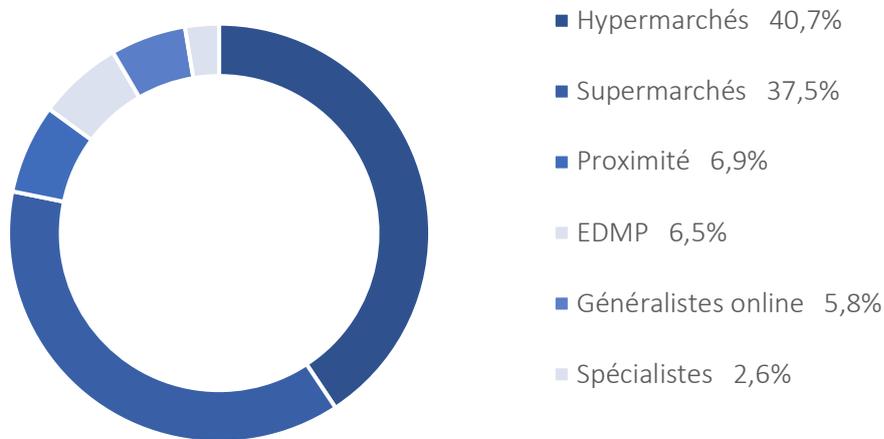
Source : Fédération Française des Spiritueux

En 2022, les volumes de whisky écoulés en GMS ont représenté l'écrasante majorité des ventes avec 98,3% et 127,7 millions de litres, à comparer avec les 2,55 millions de litres écoulés en CHR.

Cette dominance de la grande distribution s'est largement renforcée avec le déclenchement de la crise sanitaire, les ventes de whiskys en CHR sont encore loin d'avoir retrouvé leur niveau pré-pandémie.

Ces dernières années, une certaine digitalisation des ventes a pu être mise en évidence comme le souligne Ipsos et La Maison du Whisky lors de la quatrième édition du baromètre "Whisky Live Paris" dont les conclusions sont reprises par [LSA Conso](#) <sup>Sept. 2022</sup>. Les grandes surfaces restent de loin le premier circuit de distribution pour les spiritueux avec 71% des répondants, mais les achats sur internet ont gagné 10 points depuis 2019, tandis que les circuits spécialisés, comme les cavistes, contribuent de plus en plus aux ventes en ligne.

Parts de marché en valeur des circuits de distribution pour le  
whisky consommé à domicile  
2023, France, en %



Source : [LSA Conso](#) Fév. 2024

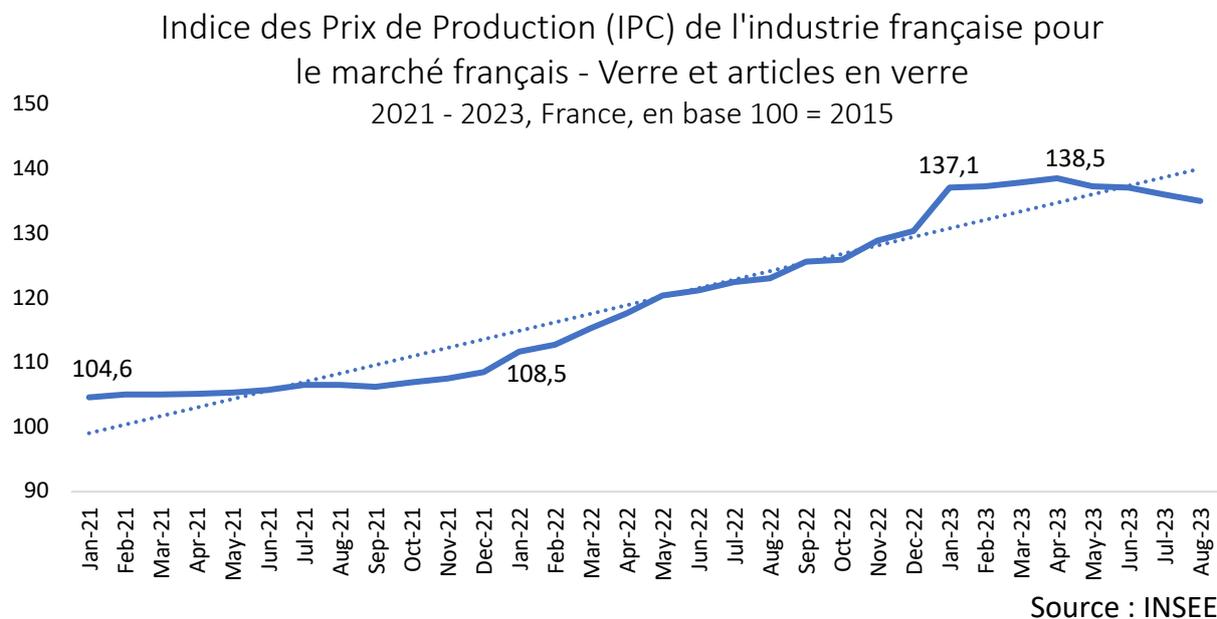
Au niveau de la distribution pour les whiskys consommés à domicile, les hypermarchés et les supermarchés représentent 78,3% du total des ventes, devant les circuits de proximité et les Enseignes à dominante Marques Propres, également appelées *Hard Discount*.

À noter que les détails des canaux de distribution ainsi que des différentes entreprises sur chaque secteur se trouvent dans la partie « Panorama des entreprises du secteur » de cette étude de marché.

Étant donné le rôle prépondérant des GMS comme circuit de distribution pour le whisky, les négociations commerciales entre la grande distribution et les industriels sont des moments importants pour le secteur. Ces négociations se sont intensifiées depuis l'emballement de l'inflation alimentaire, et elles ont même parfois abouti au retrait de spiritueux des rayons. On peut ainsi citer l'exemple des spiritueux Bardinet (scotchs *Sir Edward's*, rhum *Old Nick*, etc.) qui ont été retirés des rayons d'Intermarché en août 2022.

## Une hausse généralisée des coûts de production, qui se répercute sur les prix

### Prix à la production des bouteilles en verre et hausse du prix des intrants



*Les indices de prix à la production (IPP) dans l'industrie pour le marché français mesurent l'évolution des prix de transaction, hors TVA, de biens issus des activités de l'industrie et vendus sur le marché français.*

En janvier 2021, l'indice des prix de production de l'industrie française pour le marché français – CPF 23.1 – Verre et articles en verre était 4,6% au-dessus de sa moyenne de 2015. Cette stabilité dans les prix à la production a été rompue dès 2021, un an plus tard, l'IPP était de 108,5. Cette hausse annuelle constatée était ainsi presque similaire à celle des 6 années précédentes.

Cependant, c'est véritablement en 2022 que la mécanique inflationniste s'est emballée ; début 2023, l'IPP pour la catégorie était ainsi 37,1% au-dessus de sa moyenne de 2015. Cette hausse illustre la dépendance de l'industrie du verre aux prix de l'énergie, malgré les mesures gouvernementales prises pour en atténuer la portée. On constate toutefois une certaine accalmie avec un pic de l'IPC atteint en avril 2023 à 138,5, avant de refluer.

Détail des hausses de coûts des fabricants de spiritueux

Poste	Année 2022	Début 2023
Verre	Entre + 40% et + 60%	+20% à 40%
Bois	De l'ordre de +30%	Stable
Carton	Entre +20% et +40%	Stable
Sucre	Entre +40% et +100%	+20% à +30%
Alcool	Entre +50% et +120%	+20% à +30%
Gaz	Entre +50% et +100%	+5% à +30%
Électricité	Entre +100% et +300% pour les opérateurs concernés	Entre +100% à +200% pour les opérateurs concernés
Transport	Entre +10% et +20%	Jusqu'à +15%

Source : [Fédération Française des Spiritueux](#) <sup>Mai. 2023</sup>

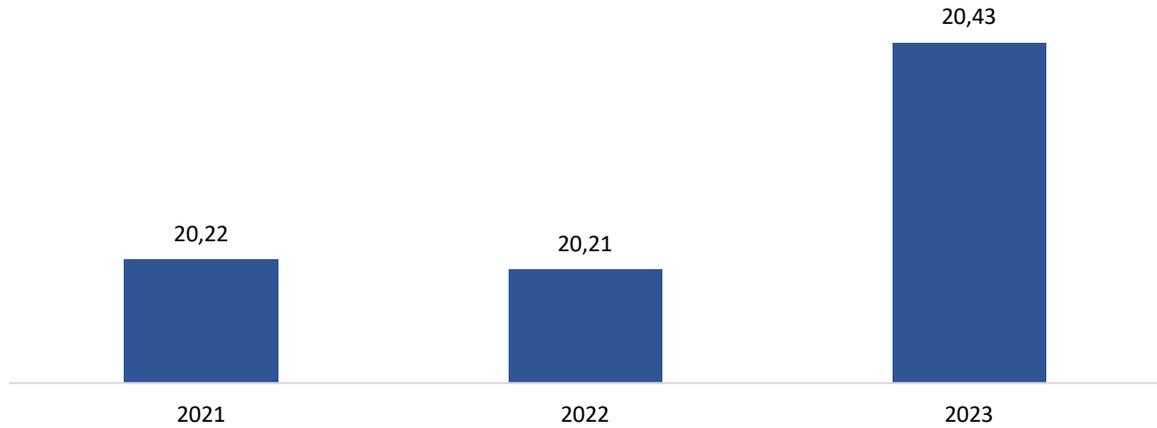
En 2022, de nombreuses entreprises du secteur des vins et des spiritueux ont choisi de ne pas augmenter leurs prix malgré la hausse de leurs coûts de production. Cela a contribué à maintenir les prix de ces produits relativement stables dans les rayons des supermarchés, contrairement à la tendance observée dans le secteur alimentaire, où les prix ont augmenté en moyenne de 14,9% entre janvier 2022 et d'avril 2023.

Cependant, les négociations commerciales menées au 1<sup>er</sup> mars 2023 n'ont pas permis de compenser ces augmentations des coûts de production, ce qui a contraint les entreprises du secteur des vins, des vins apéritifs et des spiritueux à réduire leurs marges bénéficiaires.

Ces augmentations des coûts de production sont principalement dues à l'inflation des salaires, de l'énergie, des matériaux d'emballage (comme les bouteilles, le carton et le papier), ainsi que de certaines matières premières agricoles telles que l'éthanol et le sucre. Les prix de ces matières premières restent à des niveaux historiquement élevés, et dans certains cas, de nouvelles hausses ont été constatées en 2023. Par exemple, les prix du verre ont augmenté de 20% à 40%, ce qui entraîne des difficultés pour les entreprises, d'autant plus que la pénurie de bouteilles les a empêché de négocier des accords commerciaux favorables.

## Une hausse des prix pour le consommateur final

Prix moyen du litre de whisky en GMS  
2021 - 2023, France métropolitaine, en euros



Source : [LSA Conso](#) Fév. 2024

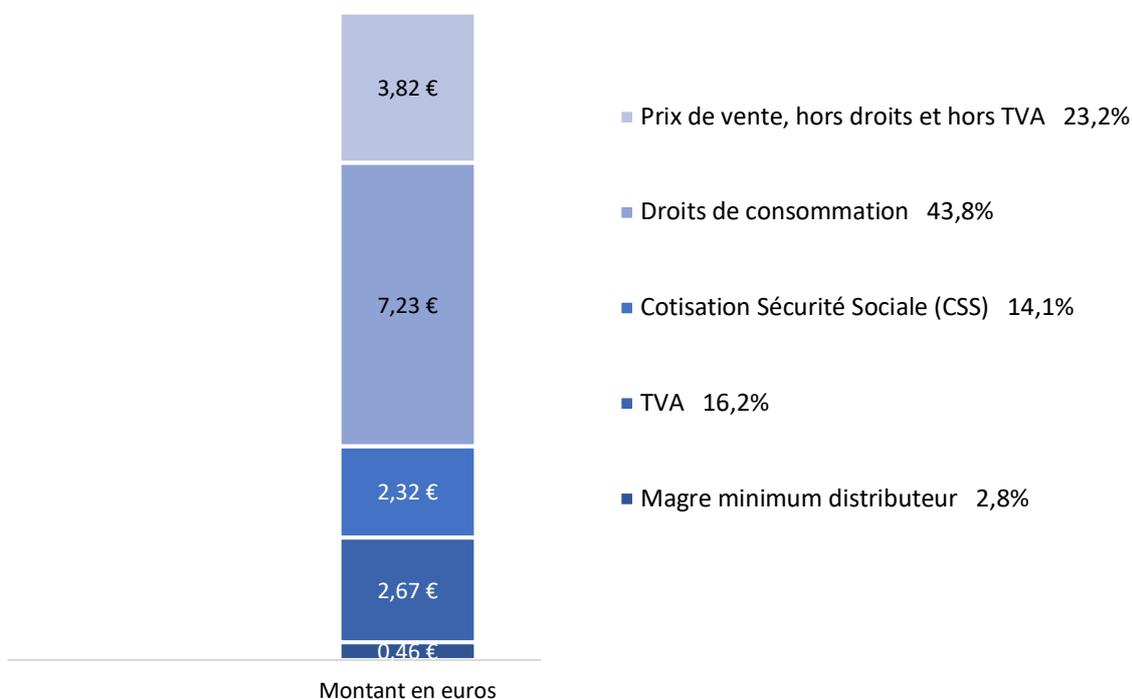
Entre 2021 et 2023, le prix moyen du litre de whisky en GMS a augmenté de 10,4% pour atteindre 20,43€. L'emballement des coûts de l'électricité et de l'énergie dans leur ensemble ont entraîné un brusque regain des coûts de production des entreprises du secteur, qui ont fait passer des hausses de prix aux consommateurs.

## L'importance de la réglementation

La réglementation est omniprésente sur le marché des spiritueux du fait du caractère particulier des boissons alcooliques : autorisation d'exploitation, conformité des normes sanitaires, réglementations sur l'étiquetage, enregistrement auprès des autorités sanitaires, etc.

### Le rôle de la taxation

Décomposition des droits, taxes et marges minimum distributeur pour 1 litre de spiritueux à 40% vol. vendu 16,5 € au consommateur  
2021, France, en euros



Source : [Fédération Française des Spiritueux](#) Juin. 2022

La fiscalité est particulièrement lourde pour les spiritueux puisque les taxes représentent environ 74% du prix de vente sur les spiritueux, avec une décomposition entre Droits de consommation, TVA et Cotisation Sécurité Sociale (CSS). Cette fiscalité est réévaluée chaque année en fonction de l'inflation, ce qui risque d'alourdir encore la facture pour le consommateur final dans les années à venir.

## Les nombreux leviers d'influence de la réglementation

- Des mesures spécifiques sur les débits de boissons

La réglementation encadre également l'ensemble des règles d'obtention des permis (licence IV) qui permettent la distribution d'alcool dans l'Hexagone, ainsi que les horaires des boites de nuit et les taxes prélevées au sein de la CHD.

- Des mesures génériques qui s'appliquent aux spiritueux

Alors que l'écrasante majorité des ventes sont réalisées au sein des grandes surfaces, les spiritueux sont également influencés par les réglementations générales entre producteurs et distributeurs. L'entrée en vigueur de la loi Egalim n'a ainsi pas été sans effet pour les spiritueux dans leur ensemble. La mise en œuvre du SRP (Seuil de Revente à Perte) a entraîné des hausses de prix généralisées. [LSA Conso](#) <sup>Juin. 2019</sup>, souligne que le prix des spiritueux a augmenté de 5% en moyenne, tandis que les ventes en volume ont accusé le coup.

- La problématique du recyclage

En juin 2023, la secrétaire d'État à l'Écologie a annoncé l'instauration d'une consigne obligatoire pour les bouteilles et bocaux en verre utilisés pour les produits alimentaires en France d'ici deux ans.

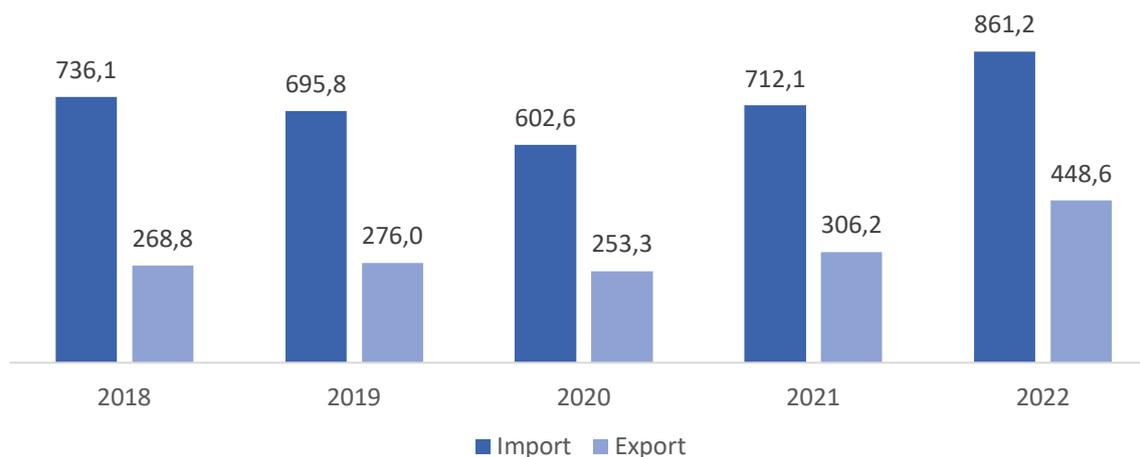
## Comparaison internationale

### Outre-Manche, le géant britannique demeure leader mondial

Impossible de mentionner le marché mondial du whisky sans souligner le rôle prépondérant du Royaume-Uni en la matière. Eurostat estimait la valeur de la production d'eaux-de-vie et de spiritueux en Grande-Bretagne à environ 6,1 milliards d'euros en 2022. La filière des spiritueux outre-Manche est spécialisée dans les whiskys avec le leader mondial Diageo qui possède une trentaine de distilleries en Écosse. Le tissu industriel britannique est marqué par la présence d'un faible nombre d'entreprises à l'inverse de la France où ce sont avant tout des petites structures qui ont relancé la production française de whiskys.

### Panorama des flux d'importations et d'exportations de whisky

Commerce extérieur de whiskys  
2018 - 2022, France, en millions d'euros



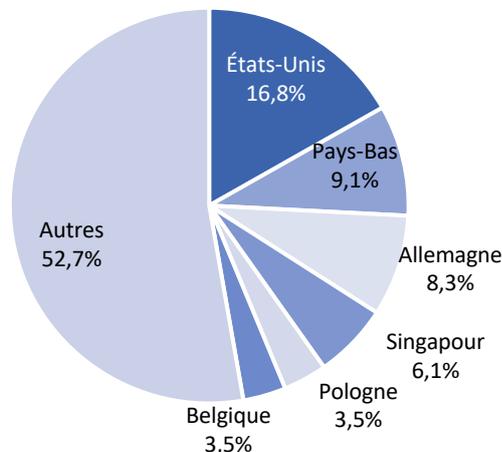
Source : Intracen

\* Les données ci-dessus sont obtenues à partir des bases de données d'Intracen avec la nomenclature correspondant au code 220830 : Whisky.

La France présente un déficit commercial structurel en ce qui concerne les whiskys. Le déficit pour ce type de spiritueux s'élevait ainsi à 412,6 millions d'euros en 2022, et le taux de couverture (exportations / importations) à 52,1%. La France importe ainsi près de deux fois plus de whiskys qu'elle n'en exporte, illustrant la dépendance française en la matière.

Toutefois, sur une plus longue période, on peut voir que les exportations françaises ont augmenté de 66,9% entre 2018 et 2022.

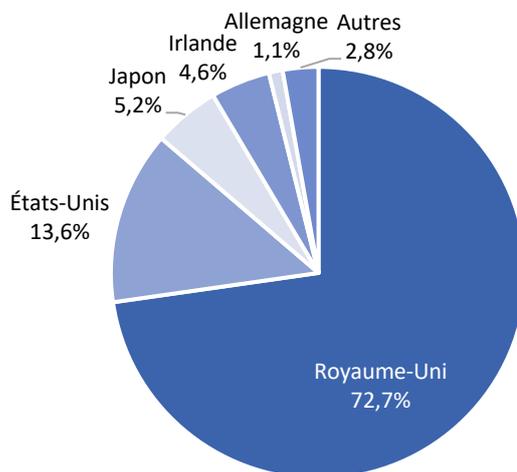
Principaux pays clients des entreprises françaises en ce qui concerne le whisky - exportations  
2022, France, %



Source : Intracen

Au niveau des exportations françaises, les États-Unis s'imposent comme le premier partenaire avec 16,8% du total, devant les Pays-Bas (9,1%) et l'Allemagne (8,3%). La structure des exportations est bien plus éclatée que celle des importations. Hormis les principaux partenaires, les autres pays représentent 52,7% des montants globaux exportés.

Principaux pays fournisseurs de whiskys - importations  
2022, France, en %



Source : Intracen

Si l'on s'intéresse aux importations de whiskys, on constate que la France importe principalement ses whiskys du Royaume-Uni qui représentait 72,7% des importations en 2022. Les États-Unis (13,6%) et le Japon (5,52) viennent ensuite. On constate la très forte concentration des importations : un pays représente plus de 70% des ventes, tandis que les 5 premiers pays partenaires comptent pour environ 97,2% du total.

## Les 15 premiers partenaires à l'exportation

Pays	Valeur des exportations en 2022 (en M€)	En %
<b>Monde</b>	448,69	100,0%
<b>États-Unis</b>	72,43	16,1%
<b>Pays-Bas</b>	40,63	9,1%
<b>Allemagne</b>	32,11	7,2%
<b>Belgique</b>	23,47	5,2%
<b>Singapour</b>	22,94	5,1%
<b>Chine</b>	13,55	3,0%
<b>Pologne</b>	13,08	2,9%
<b>Espagne</b>	11,48	2,6%
<b>Italie</b>	10,69	2,4%
<b>Emirats Arabes Unis</b>	10,49	2,3%
<b>Canada</b>	10,45	2,3%
<b>Japon</b>	10,25	2,3%
<b>Fédération de Russie</b>	9,48	2,1%
<b>Luxembourg</b>	9,16	2,0%
<b>Suisse</b>	8,11	1,8%
<b>Autres</b>	150,37	33,5%

Source : Intracen

## Les 15 premiers partenaires à l'importation

Pays	Valeur des importations en 2022 (en M€)	En %
<b>Monde</b>	861,17	100,0%
<b>Royaume-Uni</b>	626,28	72,7%
<b>États-Unis d'Amérique</b>	117,21	13,6%
<b>Japon</b>	44,68	5,2%
<b>Irlande</b>	39,86	4,6%
<b>Allemagne</b>	9,28	1,1%
<b>Canada</b>	6,71	0,8%
<b>Pays-Bas</b>	5,24	0,6%
<b>Taipei</b>	3,45	0,4%
<b>Italie</b>	1,55	0,2%
<b>Inde</b>	1,46	0,2%
<b>France</b>	0,76	0,1%
<b>Belgique</b>	0,65	0,1%
<b>Région Nes</b>	0,64	0,1%
<b>Espagne</b>	0,52	0,1%
<b>Chine</b>	0,42	0,0%
<b>Autres</b>	2,46	0,3%

Source : Intracen



## Vous souhaitez en savoir plus sur nos études de marché ?

Pour toutes questions ou demandes de renseignement, veuillez-nous contactez par :

- Mail : [info@madeinfr.fr](mailto:info@madeinfr.fr)
- Téléphone : 06.10.56.27.30