vinetur

Les ventes d’alcool en Inde repartent grâce aux marques premium

Le whisky, le rhum et la vodka haut de gamme ont permis de compenser une demande estivale atone et la hausse des coûts.

mercredi 20 mai 2026

Le marché indien des boissons alcoolisées s’est redressé sur l’exercice clos en mars, avec des ventes de spiritueux et de bière en hausse de 4 % chacune, portées par les marques premium et par des changements de politique au niveau des États qui ont permis de compenser un été morose et la hausse des coûts.

Les volumes de spiritueux — whisky, rhum et vodka — ont atteint 440 millions de caisses en FY26, contre une croissance de 1,6 % un an plus tôt, selon des dirigeants qui ont cité les données d’accise. Les ventes de bière ont progressé à 474 millions de caisses, malgré des pluies diluviennes qui ont perturbé la demande pendant la haute saison. Ces gains témoignent d’une consommation discrétionnaire plus solide sur les marchés urbains, où les consommateurs ont de plus en plus privilégié les références haut de gamme.

Le basculement vers les produits premium a été particulièrement visible dans le whisky, qui représente plus de 63 % du marché indien des spiritueux. Les volumes de whisky premium ont augmenté de 6 %, tandis que le whisky standard a reculé de 4 %. Le rhum premium a progressé de 20 % et la vodka premium a bondi de 33 %, alors que les segments standards de ces catégories ont crû de 6 %.

Des dirigeants d’entreprises comme Pernod Ricard, Diageo et Radico Khaitan ont élargi leur offre premium pour séduire les jeunes consommateurs et les citadins. Selon des responsables du secteur, ces produits représentent désormais près de la moitié du marché en valeur.

Lors d’une conférence téléphonique sur les résultats, le directeur général de Radico Khaitan, Abhishek Khaitan, a déclaré que l’exercice avait été encourageant sur le plan financier grâce à un meilleur mix produit, à des coûts d’intrants relativement stables et aux effets d’échelle. La directrice financière de Pernod Ricard, Hélène de Tissot, a indiqué que l’Inde continuait de bénéficier d’une forte demande des consommateurs et d’une montée en gamme persistante. Diageo a précisé que son activité en Inde avait progressé à un rythme élevé à un chiffre, hors Maharashtra, où les taxes ont augmenté.

Les brasseurs ont connu une année plus difficile après des pluies exceptionnellement abondantes qui ont pesé sur les ventes pendant les mois d’été, en particulier en mai, traditionnellement le mois le plus fort pour la consommation de bière en Inde. Vinod Giri, de la Brewers Association of India, a indiqué que des changements ultérieurs de politique au niveau des États avaient amélioré l’accessibilité financière et l’accès au détail, aidant ainsi les ventes à se redresser.

Le Maharashtra, premier marché indien pour la bière, a progressé d’environ 18 % après que l’État a relevé les taxes sur les spiritueux tout en laissant inchits les droits sur la bière. Les ventes en Andhra Pradesh ont augmenté de 60 %, celles de l’Assam de 73 % après des baisses d’impôts et celles de l’Uttar Pradesh de 13 % après un assouplissement des règles d’octroi des licences pour le commerce de détail.

Certains grands marchés sont toutefois restés sous pression. Les volumes ont reculé de 13 % au Karnataka, de 10 % au Telangana, de 24 % dans l’Odisha et de 14 % au Bengale occidental.

Vinod Giri a estimé que la hausse des coûts du carburant et de la chaîne d’approvisionnement liée aux tensions au Moyen-Orient pourrait peser sur la rentabilité en FY27, surtout dans les États où les entreprises disposent d’une marge limitée pour augmenter leurs prix. Vivek Gupta, directeur général d’United Breweries, a déclaré aux investisseurs que la société s’attendait à ce que les consommateurs indiens et le

marché de la bière restent résilients tout en surveillant de près les prix du carburant et l’inflation en raison de leur impact sur la consommation discrétionnaire.