vinetur

La vodka recule en Europe de l’Est tandis que le whisky et les spiritueux aromatisés gagnent du terrain

La guerre, taxes and moderation are reshaping demand in Ukraine and Poland where producers chase growth beyond traditional vodka

jeudi 18 juin 2026



Les habitudes de consommation en Europe de l’Est évoluent sous l’effet de la guerre, des taxes et des goûts changeants, remodelant l’un des marchés des spiritueux les plus importants de la région. La vodka y reste dominante dans des pays comme l’Ukraine et la Pologne, mais elle cède du terrain au whisky, aux produits aromatisés et aux boissons à plus faible teneur en alcool.

En Ukraine, la guerre continue de définir les conditions d’activité des producteurs. Yuriy Sorochynskiy, directeur général de Nemiroff, a déclaré que l’entreprise fonctionne désormais dans ce qu’il a appelé un environnement permanent de temps de guerre. Fin l’an dernier, un conteneur maritime transportant des produits Nemiroff a été touché dans le port d’Odessa lors d’une attaque russe au missile. Malgré cela, il a indiqué que les exportations continuaient de croître et représentent désormais environ 40 % des ventes de l’entreprise.

Sorochynskiy a indiqué que les ventes intérieures ont également augmenté malgré le recul de la population du pays, avec 5,3 millions d’Ukrainiens vivant à l’étranger et une estimation d’au moins 3 millions sous occupation russe. Il a attribué une partie de cette croissance à un durcissement de la réglementation gouvernementale en 2023 et 2024, qui selon lui a réduit le commerce illicite. D’après son estimation, les spiritueux illégaux représentent encore environ 20 % à 25 % du marché ukrainien, principalement pour les produits nationaux.

Il a précisé que Nemiroff avait enregistré une croissance à deux chiffres en volume sur le marché intérieur alors que l’État cherchait davantage de recettes fiscales pour financer l’armée. Dans le même temps, la logistique est devenue plus lente et plus complexe. Les expéditions qui prenaient autrefois trois jours vers l’Europe centrale et cinq jours vers la Grande-Bretagne prennent désormais 10 jours à deux semaines, principalement par camion et avec davantage de formalités aux frontières.

L’Ukraine reste très majoritairement un marché de vodka. Sorochynskiy a indiqué que la vodka représente 85 % à 90 % de la consommation totale de spiritueux dans le pays. Mais les producteurs s’adaptent aussi à des schémas de demande plus récents. En mars, Nemiroff a lancé son premier produit ready-to-drink en Ukraine, destiné à la consommation estivale et aux jeunes adultes attirés par la praticité et les options à plus faible degré alcoolique. L’entreprise distribue également des marques importées, dont Bushmills, Jose Cuervo et le portefeuille de Scotch whisky de Whyte & Mackay.

Cette activité d’importation reflète une tendance plus large dans la région. Les exportations de Scotch vers l’Ukraine ont augmenté de 10 % en 2025 pour atteindre 6,3 millions de livres sterling, selon les données douanières britanniques citées dans le

rapport sectoriel, bien au-dessus des 2,4 millions de livres sterling expédiées en 2022, première année de la guerre à grande échelle.

En Pologne, la vodka reste la première catégorie de spiritueux, mais le whisky importé gagne des parts depuis des années. Les données douanières britanniques montrent que les blends de Scotch embouteillés importés en Pologne sont restés globalement stables autour de 98 millions de livres sterling en valeur au cours des trois dernières années, tandis que le single malt a progressé plus rapidement. En 2025, les expéditions de single malt ont atteint 29,7 millions de livres sterling, soit plus du double des 14 millions enregistrés en 2020.

Les ventes au détail racontent une histoire plus contrastée. Les données NielsenIQ ont montré que les volumes de Scotch en Pologne ont reculé de 7 % l'an dernier, mais que les volumes totaux de whisky sont restés stables grâce à une croissance plus forte du whiskey américain, japonais et irlandais. Les données IWSR jusqu'en 2024 montrent que le marché polonais global des spiritueux s'est stabilisé depuis la pandémie, avec une croissance annuelle composée nulle et une baisse des volumes de 2 % entre 2023 et 2024. L'IWSR prévoit un nouveau recul annuel de 1 % jusqu'en 2029.

Dans ce marché globalement affaibli, certaines catégories continuent néanmoins de progresser. L'IWSR indique que les bitters et apéritifs ont augmenté de 9 % en volume en Pologne en 2024, tandis que le brandy a progressé de 6 %. Le whisky, première catégorie importée du pays parmi les spiritueux, a enregistré un taux de croissance annuel composé de 8 % entre 2019 et 2024 et devrait encore progresser de 1 % par an jusqu'en 2029. La vodka a évolué dans le sens inverse, reculant de 3 % par an jusqu'en 2024, cette baisse devant se modérer à 1 % par an au cours des prochaines années.

Ces évolutions comptent au-delà des seuls spiritueux car elles indiquent vers où se déplace la demande sur les rayons du commerce et dans les bars. La politique fiscale, les restrictions sur les ventes tardives et l'intérêt des consommateurs pour des formats plus légers peuvent influencer les catégories qui gagnent en visibilité et en investissements, du whisky et des boissons type apéritif aux produits ready-to-drink qui se disputent l'espace avec la bière, les cocktails à base de vin et d'autres boissons conditionnées.

Zak Oganian, directeur général d’Origen X Group, a déclaré que la Pologne avait fortement changé en pouvoir d’achat et en acceptation sociale des produits premium, même si cela partait selon lui d’une base faible. Il a également décrit un marché polarisé : environ 70 % des volumes sont vendus via le commerce de détail, a-t-il dit, et environ 80 % relèvent du segment d’entrée de gamme.

Pour les marques premium comme Mikolasch Ukrainian vodka, Oganian a indiqué que l’accent est désormais mis davantage sur les bars et restaurants que sur la grande distribution. Il a souligné l’ouverture récente de nouveaux restaurants et une culture cocktail plus forte en Pologne comme signes que les consommateurs sont davantage disposés à accepter les marques importées et plus sélectifs sur ce qu’ils boivent.

L’aromatisation est un autre moteur majeur dans toute l’Europe orientale. Anne Martin, directrice marketing chez Stock Spirits, a déclaré que les profils fruités et agrumes restent solides dans la vodka tandis que les consommateurs manifestent aussi un intérêt pour des combinaisons moins traditionnelles. Citant des chiffres IWSR pour la vodka claire grand public vendue entre 9 € et 22 € la bouteille de 700 millilitres, elle a indiqué que Stock détient environ 25 % de part volume dans la vodka claire et plus de 36 % dans la vodka aromatisée dans toute la région.

Stock produit notamment les marques polonaises Żołądkowa De Luxe et Gorzka dans sa distillerie de Lublin. Martin a déclaré que la production locale permet à l’entreprise un contrôle plus étroit sur l’approvisionnement et la fabrication à un moment où les conditions régionales restent inégales.

Piotr Poznanski, directeur recherche Europe orientale, CEI et Moyen-Orient chez IWSR, a déclaré que la Pologne connaît une forte croissance des « vodkas » aromatisées faiblement titrées et des spiritueux colorés consommés plus souvent dans des contextes sociaux proches des occasions apéritives que dans des cadres traditionnels marqués par une forte consommation d’alcool. Stock s’est développée sur cette tendance avec Lubelska fruit liqueurs embouteillées entre 25 % et 28 % vol., déclinées en plus d’une douzaine d’arômes.

Martin a déclaré que les consommateurs n’abandonnent pas nécessairement l’alcool mais boivent avec davantage modération et en recherchant plus de variété. Cette tendance apparaît dans les données nationales sur la consommation. En Pologne, la consommation d’alcool par habitant mesurée en litres d’alcool pur est passée de 9,62 litres en 2020 à 8,8 litres l’an dernier.

Même si la consommation s’assouplit légèrement, la pression fiscale reste élevée. Poznanski a indiqué que le ministère polonais des Finances avait proposé d’accélérer les hausses d’accise à 15 % en 2026 puis à 10 % en 2027. Le président Karol Nawrocki a opposé son veto à cet amendement en décembre, laissant pour janvier une hausse limitée à l’augmentation annuelle de 5 % appliquée depuis 2021. Quelques semaines plus tard, Polska 2050, membre de la coalition gouvernementale du Premier ministre Donald Tusk, tentait d’annuler ce veto.

Oganian a soutenu qu’une hausse fiscale plus marquée toucherait surtout les produits d’entrée de gamme plutôt que les bouteilles premium. Selon les chiffres cités dans le rapport, une augmentation des droits de douane ou accises de 15 % n’ajouterait qu’environ trois zlotys au prix d’une bouteille standard de vodka de 700 millilitres.

La Pologne durcit aussi ses règles sur la disponibilité. À Varsovie, une interdiction des ventes d’alcool hors licence après 22 heures doit entrer en vigueur ce mois-ci alors que les autorités municipales cherchent à limiter la consommation nocturne. De telles mesures pourraient accentuer encore le déplacement de la demande vers les bars, restaurants et catégories associées à une consommation occasionnelle ou moins alcoolisée.

Ailleurs en Europe orientale, les traditions locales continuent toutefois d’influencer le poids relatif des catégories même si les marques internationales progressent. En République tchèque, Martin a indiqué que le rhum reste l’un des segments majeurs des spiritueux, y compris le tuzemák, style domestique non issu du canne longtemps associé à la culture locale du boire. Božkov reste y demeure la marque leader du rhum pour Stock.

Le marché tchèque devient aussi plus important pour les marques de whisky positionnées sur l'accessibilité prix. Martin a indiqué que Clan Campbell, acquis par Stock Spirits auprès de Pernod Ricard en 2023, est déjà devenu là-bas la cinquième marque mainstream de Scotch whisky. En Pologne, elle a décrit le whisky aromatisé comme une niche importante pour la croissance, ce qui a conduit à des lancements comme des variantes miel-citron vert ainsi qu'à des formats plus petits dont une bouteille populaire de neuf centilitres.

Dans toute l'Europe orientale, les producteurs disent que les consommateurs font preuve d'une plus grande prudence quant aux quantités consommées tout en recherchant toujours saveur et qualité. Dávid Chovanec, responsable export chez Tatratea, a déclaré que le comportement est particulièrement influencé dans les bars et restaurants par deux facteurs : une attention accrue au rapport qualité-prix et davantage modération lors des sorties nocturnes. Il a ajouté que les consommateurs veulent increasingly justifier leurs dépenses en boissons et service et sont moins enclins à passer sans cesse d'une catégorie de spiritueux à une autre au cours d'une même soirée.

Il en résulte un marché régional où les anciennes fidélités restent fortes mais ne garantissent plus la croissance. La vodka domine toujours par volume dans des pays clés comme l'Ukraine et la Pologne, mais le whisky a pris son élan grâce aux importations et à la premiumisation tandis que les spiritueux aromatisés, les services type apéritif et les produits ready-to-drink ouvrent de nouvelles voies sous des conditions économiques et réglementaires plus strictes.