vinetur

Les volumes de ventes d’alcool reculent dans les pays nordiques, tandis que les consommateurs paient plus pour moins de litres

Les détaillants d’État en Finlande, Norvège et Suède affichent des volumes en baisse, des recettes plus stables et une demande croissante pour des boissons plus légères ou sans alcool

jeudi 18 juin 2026



Les ventes d’alcool dans l’ensemble de la région nordique diminuent en volume, sans pour autant s’effondrer en valeur, à mesure que les consommateurs de Finlande, de Norvège et de Suède achètent moins de litres tout en payant davantage par litre et en se tournant vers des produits plus légers ou à plus forte valeur ajoutée.

La tendance est la plus nette sur les marchés contrôlés par l’État, où les données publiques permettent de suivre facilement les évolutions. Entre 2022 et 2025, les volumes ont reculé dans les principaux circuits de distribution en Finlande, en Norvège et en Suède, tandis que le chiffre d’affaires résistait mieux. Cela indique un marché porté moins par l’expansion que par une recomposition des dépenses, avec les taxes, la hausse des coûts et l’évolution des choix des consommateurs qui poussent tous les prix moyens à la hausse.

En Norvège, Vinmonopolet a fait état de ventes de 97,3 millions de litres en 2022, 95,6 millions en 2023, 92,1 millions en 2024 et environ 90 millions en 2025. Sur la même période, le chiffre d’affaires est resté presque stable, passant de 18,434 milliards de couronnes norvégiennes à 18,707 milliards. Le prix moyen implicite est passé de 189,4 couronnes par litre à 207,9 couronnes. Vinmonopolet a lié une partie du recul des volumes à l’augmentation des voyages internationaux, au retour des achats hors taxes et aux achats transfrontaliers en Suède.

Cela signifie que les consommateurs norvégiens ne boivent pas nécessairement moins de manière linéaire. Certains changent l’endroit où ils achètent leur alcool, tandis que d’autres modifient ce qu’ils achètent. Les données par catégorie de Vinmonopolet montrent des gains pour le vin blanc, le vin mousseux, le rosé, la bière, le cidre et les boissons sans alcool dans un marché en déclin. Le vin rouge, le vin fortifié et les spiritueux ont perdu des parts.

La Finlande présente une pression similaire, mais avec sa propre structure. L’Institut finlandais pour la santé et le bien-être, ou THL, a indiqué que la consommation totale d’alcool était de 8,3 litres d’alcool pur par personne âgée de 15 ans et plus en 2024, contre 8,9 litres en 2022 et 8,7 litres en 2023. Pour 2025, le THL a fait état d’une consommation enregistrée de 6,9 litres, tout en avertissant que les comparaisons avec la consommation totale sont affectées par des changements méthodologiques

concernant les importations et les achats en ligne.

Chez Alko, le détaillant d’État finlandais, les ventes sont passées de 80,3 millions de litres en 2022 à 65,7 millions de litres en 2025. Les ventes nettes incluant les droits d’accise ont reculé de 1,1873 milliard d’euros à 1,0286 milliard d’euros sur la même période. Malgré cela, le prix moyen observable a augmenté de 14,79 € par litre à 15,66 €.

Les taxes expliquent une grande partie de cette pression sur les rayons. Alko a indiqué que sur une canette de bière à 4 € de 0,33 litre titrant 6,5 %, les droits d’accise, redevances et frais de recyclage représentent 35,5 % du prix, tandis que la TVA ajoute encore 20,3 %. Sur une bouteille de vin à 10 € de 0,75 litre titrant 12 %, le droit d’accise représente 35,8 % et la TVA encore 20,3 %. Sur une bouteille de spiritueux à 30 € de 0,7 litre titrant 40 %, le droit d’accise atteint 52,3 %. Plus la teneur en alcool est élevée, plus la charge fiscale tend à être lourde, ce qui aide à expliquer pourquoi les boissons plus légères ont gagné du terrain.

Le THL a indiqué que la bière reste la première catégorie finlandaise dans la consommation enregistrée, mais que les long drinks ont accru leur part depuis 2018. Ce déplacement compte pour les producteurs car il suggère que la demande évolue non seulement selon le niveau de prix mais aussi selon le format et l’occasion.

La Suède reste le plus grand marché visible de la région par son échelle commerciale. Systembolaget a fait état de ventes de 566 millions de litres en 2024 et de 558 millions de litres en 2025, avec des ventes nettes respectivement de 39,407 milliards et 39,046 milliards de couronnes suédoises. Le prix moyen est resté proche de SEK70 par litre.

Le vin est resté la première catégorie suédoise en valeur en 2025 avec SEK19.439 milliards, devant la bière forte, les spiritueux, le cidre et les boissons mélangées ainsi que les boissons sans alcool, selon le rapport sur la responsabilité sociétale de Systembolaget. Ce classement compte car il montre que le vin domine toujours les dépenses alors même que les spiritueux reculent plus nettement que les mélanges prêts à boire et les options sans alcool.

La structure fiscale suédoise façonne elle aussi le comportement d’achat. Selon Skatteverket, le droit d’accise comprend SEK2.28 par litre et par point de pourcentage d’alcool pour la bière au-dessus de 2.8 %, SEK29.58 par litre pour le vin et autres boissons fermentées entre 8.5 % et 15 %, et SEK526.97 par litre d’alcool pur pour l’alcool éthylique, auxquels s’ajoute une TVA de 25 %. En pratique, cela amène les consommateurs à arbitrer très attentivement entre prix, degré alcoolique, marque et occasion d’usage.

Le Danemark se distingue parce qu’il ne dispose pas d’un monopole public comparable pour la distribution au détail. La distribution y est ouverte, ce qui donne aux supermarchés davantage d’influence sur les prix, les promotions et la rotation des produits. Statistics Denmark a indiqué une consommation d’alcool de 9.7 litres d’alcool pur par personne âgée de plus de 18 ans en 2022, tombant à 9.3 litres en 2023 puis à 9.1 litres en 2024. Une mise à jour pour 2025 doit être publiée le June 19.

Sans canal monopolistique servant principalement de référence centrale, le Danemark se lit davantage à travers les tendances des ventes au détail et les données fiscales qu’à travers les résultats annuels d’un opérateur unique. Les autorités danoises donnent des exemples du poids fiscal supporté par le consommateur : environ DKK1 pour une lager de 33 centilitres titrant 4.6 %, environ DKK8 pour une bouteille standard de vin tranquille de 75 centilitres et environ DKK55 pour un spiritueux d’un litre titrant 37 %. Dans ce contexte, le prix d’entrée, les lots multiples et la praticité pèsent davantage qu’ils ne le font dans les marchés dominés par un monopole.

L’Islande est encore plus petite et reste définie par des prix élevés ainsi qu’une marge limitée pour la croissance des volumes. Statistics Iceland a indiqué que le PIB réel avait progressé de 0.5 % en 2024 puis de 1.3 % en 2025. La consommation d’alcool chez les personnes âgées de plus de quinze ans est passée de huit virgule un litres d’alcool pur par personne en deux mille vingt-deux à sept virgule sept litres en deux mille vingt-trois puis sept virgule six litres en deux mille vingt-quatre ; dans le même temps, le volume total d’alcool pur est resté proche de deux virgule quatre millions de litres. Statistics Iceland a également indiqué que les prix des boissons alcoolisées étaient supérieurs de trente-six pour cent à la moyenne européenne en deux mille vingt-trois.

Cela fait de l’Islande un marché mieux adapté à des assortiments courts à forte valeur unitaire qu’à des paris sur des volumes importants. La même logique s’applique désormais davantage dans toute la région : les exportateurs qui regardent vers le nord constatent moins une demande pour une croissance bon marché des volumes qu’une demande accrue pour des produits capables de justifier leur prix dans des circuits étroitement contrôlés ou très concurrentiels.

Les meilleures ouvertures varient selon les pays. En Finlande, l’élan actuel favorise les long drinks , la bière ,les vins blancs ,les RTD bien conçus et les boissons sans alcool . En Norvège ,les vins blancs ,les vins mousseux ,les rosés ,le cidre et les produits sans alcool gagnent clairement des parts . En Suède ,le vin reste leader en valeur ,mais les boissons mélangées et les catégories sans alcool semblent offrir davantage d’espace pour croître que ne le font désormais les spiritueux . Au Danemark ,le succès dépend davantage des économies réalisées par les supermarchés ,comme les prix d’entrée et les formats multipacks .

Les boissons sans alcool ne sont plus une catégorie secondaire dans cette partie de l’Europe. Les ventes sans alcool chez Vinmonopolet sont passées à plus de1 .3 millionde litresen2024à environ1 .5 millionde litresen2025 . En Suède ,Systembolaget a indiqué queles ventesde boissons sans alcoolen valeuront augmentédeSEK273 millionàSEK291 millionentre ces deux années .

Le message général du marché nordique n’est pas celui d’un retrait uniforme vis-à-visde l’alcool ,mais celui d’une sélection plus stricte : moins delitres vendusparles circuits officiels ,davantage depression fiscale ,plusde concurrence du travel retailet du commerce transfrontalier lorsque cela s’applique ,etune demandeplus forte pourdes formatsplus légersoudes produitsàla valeur ajoutéeplus claire.