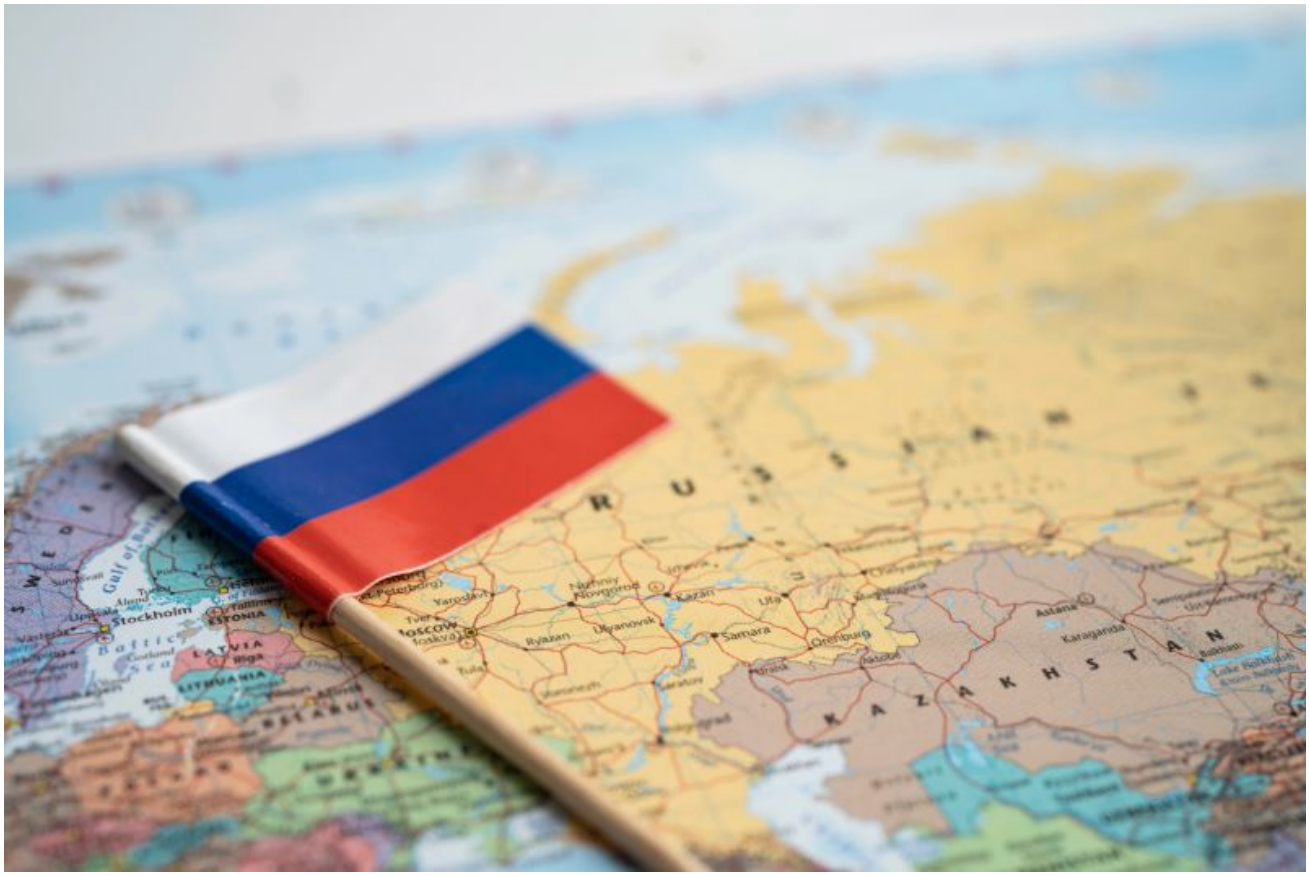
vinetur

Les ventes de vin en Russie ont bondi de 17 % en 2024

La bière reste dominante en volume, mais les consommateurs boivent moins au total et se tournent vers des produits domestiques et premium.

mardi 14 juillet 2026



La bière reste la boisson alcoolisée dominante en Russie, mais de nouvelles données sur les ventes et la production montrent un marché en pleine évolution structurelle, les consommateurs buvant moins au total, se tournant vers le vin et les produits premium, et s’appuyant davantage sur l’offre nationale.

Des chiffres officiels et des rapports de marché cités par les médias économiques russes montrent que les ventes totales d'alcool ont atteint environ 13,3 milliards de litres en 2024, soit une hausse de 11 % par rapport à 2020. Dans le même temps, la consommation de long terme a évolué dans le sens inverse par habitant. Les données sanitaires et statistiques russes indiquent que la consommation annuelle par habitant est passée d'environ 14 litres d'alcool pur en 2009 à quelque 8 litres en 2023, reflétant des années de réglementation plus stricte, de hausse des taxes et de campagnes de santé publique visant à réduire l'alcoolisation excessive.

Sur ce marché, la bière continue de détenir de loin la plus grande part. En 2024, les ventes de bière ont atteint environ 10,5 milliards de litres, en hausse de 5 % par rapport à 2023, selon des données sectorielles rapportées par Interfax et d'autres médias russes. Selon la méthodologie utilisée, la bière représentait environ la moitié à près des quatre cinquièmes de tout l'alcool vendu en volume. La production nationale couvre plus de 95 % de la demande, ce qui fait de la bière l'exemple le plus clair de la manière dont le marché russe de l'alcool s'est adapté aux sanctions et aux perturbations commerciales en s'appuyant sur la fabrication locale.

Le vin a progressé plus vite que toute autre grande catégorie l'an dernier. Les ventes de vin au détail ont augmenté de 17 % en 2024, tandis que les volumes totaux de vin, tranquilles et effervescents compris, ont atteint environ 854 millions de litres en additionnant les circuits de détail et de restauration. Les analystes estiment que le vin représente désormais environ 20 % à 25 % du marché. La production russe a également augmenté, la production de vins tranquilles et effervescents atteignant ensemble environ 500 millions de litres en 2024. Cette croissance a été soutenue par l'appui de l'État aux producteurs nationaux, des politiques de substitution aux importations et un mouvement plus large des consommateurs vers des boissons perçues comme plus légères ou plus raffinées que les spiritueux.

La vodka, longtemps associée à la culture de la boisson en Russie, ne domine plus le marché en volume. La production a atteint environ 828 millions de litres en 2024, en hausse de 3 % sur un an, mais la part de la vodka dans les ventes totales d'alcool a fortement reculé au fil du temps. Avec les autres spiritueux traditionnels, cette catégorie ne représente qu'environ 6 % à 9 % du marché en volume, selon les chiffres

cités dans les rapports russes. Les ventes stagnent largement depuis 2022, certains consommateurs se tournant vers le whisky, le gin, le rhum et d'autres spiritueux premium ou de style importé, y compris des produits fabriqués localement sous propriété ou licence russes.

L'un des reculs les plus marqués concerne les boissons fermentées faiblement alcoolisées comme le cidre et la medovukha. Leurs volumes ont chuté de 56 % en 2024 après que des hausses de taxes ont fortement renchéri les prix de détail. Cette baisse illustre à quel point la politique fiscale façonne désormais les habitudes de consommation en Russie. Les règles de prix minimum pour la vodka ont également été durcies, le prix minimum d'une bouteille d'un demi-litre passant à 349 roubles en 2024. La bière et le vin restent relativement plus accessibles pour de nombreux consommateurs, car leur charge fiscale est comparativement plus faible.

Depuis plus de dix ans, les autorités russes tentent de freiner la consommation nocive par des horaires de vente restreints, des limites à la publicité et des campagnes anti-alcool. Ces mesures semblent avoir réduit les excès de consommation sans contracter le marché de manière brutale. Elles l'ont plutôt orienté vers d'autres catégories. Les responsables de santé et les analystes décrivent une base de consommateurs qui boit de manière plus modérée, surtout dans les zones urbaines, les jeunes Russes consommant généralement moins d'alcool que les générations précédentes.

Ce changement se voit aussi dans les lieux d'achat et dans les choix des consommateurs. Environ 80 % de la consommation d'alcool se concentre dans les circuits off-trade, comme les supermarchés et les chaînes de distribution, selon les données citées dans les rapports sectoriels. Les consommateurs aux revenus plus élevés dans les grandes villes contribuent à stimuler la demande de vins de meilleure qualité, de bière artisanale et de spiritueux premium. Les acheteurs aux revenus plus modestes continuent de privilégier la bière de grande consommation et la vodka à bas prix. Les zones rurales conservent une certaine production informelle d'alcool maison, même si ce segment est difficile à mesurer.

Les sanctions et l’évolution des flux commerciaux ont également remodelé l’offre. Les importations européennes ont perdu du terrain dans plusieurs catégories, tandis que les producteurs nationaux ont augmenté leur production. Dans la bière, les marques russes dominent les rayons et les importations ne représentent plus qu’une faible part de la consommation. Des bières chinoises et indiennes sont entrées sur le marché comme fournisseurs alternatifs. Dans le vin, les marques nationales ont renforcé leur position tandis que les importations proviennent de plus en plus de pays hors Union européenne et États-Unis, notamment d’Afrique du Sud et d’Argentine.

Le résultat est un marché qui apparaît moins dépendant des marques étrangères qu’avant la période de sanctions liée à la guerre. Les producteurs russes ont réagi non seulement en augmentant les volumes, mais aussi en se positionnant sur des segments à plus forte valeur. Les brasseurs et distillateurs ont lancé des gammes artisanales, des produits aromatisés et des emballages premium destinés aux consommateurs en quête de nouveauté sans renoncer à la disponibilité locale. Les cocktails prêts à boire, les boissons aromatisées aux fruits et les formats modernes en canette sont devenus plus visibles malgré les limites réglementaires imposées à la vente et à la promotion en ligne.

Les grands groupes brassicoles nationaux restent centraux sur le marché. Les chiffres sectoriels pour 2024 montrent Napitki Vmeste, anciennement AB InBev Efes en Russie, comme le plus grand brasseur du pays en volume, suivi de Baltika. Leurs marques continuent de dominer les ventes de bière grand public aux côtés d’étiquettes d’autres producteurs russes établis comme Ochakovo. Les bières européennes importées ont été largement supplantées par des produits locaux et de nouvelles entrées asiatiques.

Dans les spiritueux, des noms de vodka bien connus comme Russian Standard, Stolichnaya et Beluga conservent un poids culturel, mais ils ne définissent plus à eux seuls l’orientation du marché. Les producteurs s’appuient de plus en plus sur un positionnement premium, des vodkas aromatisées et des marques en petites séries pour attirer les jeunes consommateurs en âge légal de boire, moins attachés aux catégories traditionnelles que ne l’étaient les générations plus âgées.

Le vin est devenu l’une des histoires de croissance les plus nettes dans les boissons en Russie. Des producteurs comme Abrau-Durso et Fanagoria ont bénéficié d’une demande intérieure plus forte et du soutien officiel à la promotion du vin russe. Les rapports de marché cités par les médias russes suggèrent que les vins locaux représentent désormais environ 65 % des ventes de vin au détail. Le vin effervescent s’est montré particulièrement dynamique, porté par la hausse de la production nationale et par l’intérêt des consommateurs pour des produits festifs mais relativement abordables.

Le tableau d’ensemble n’est pas celui d’une expansion rapide, mais d’une maturité et d’un rééquilibrage. Les ventes totales d’alcool continuent certes de progresser modestement en volume, mais la consommation par habitant poursuit sa tendance baissière sur le long terme. La bière reste solidement en tête, le vin gagne rapidement des parts, la vodka est devenue une composante plus réduite de la consommation quotidienne que son image à l’étranger ne le laisserait penser, et la politique fiscale s’avère décisive pour déterminer quelles catégories progressent ou reculent.

Pour les producteurs et les distributeurs opérant en Russie, cela signifie que la croissance est de plus en plus liée à la premiumisation, à l’approvisionnement local et à l’innovation de catégorie plutôt qu’à une simple hausse des volumes consommés. Pour les consommateurs, cela signifie un marché avec moins de produits de base occidentaux importés qu’auparavant, mais davantage d’options domestiques dans la bière, le vin et les spiritueux, façonné autant par la politique de l’État que par le goût.