vinetur

Les ventes de whisky canadien chutent de 8,5 % dans les États de contrôle américains en juillet

NABCA a indiqué que la catégorie était le seul grand segment de spiritueux à reculer sur tous les marchés suivis.

mercredi 2 septembre 2026



Les ventes de whisky canadien ont fortement reculé dans les États de contrôle américains en juillet, signant le plus mauvais résultat de toutes les grandes catégories de spiritueux dans les dernières données mensuelles de la National Alcohol Beverage

Control Association et se distinguant comme la seule catégorie à baisser sur l’ensemble des marchés du panel.

Les chiffres de NABCA pour juillet 2026 montrent un volume de whisky canadien en baisse de 8,5 % sur un an en ventes au détail, mesuré en équivalents caisses de neuf litres. La valeur a reculé de 8,4 % sur la même période. Sur les 12 mois jusqu’en juillet, la catégorie affichait une baisse de 7,4 % en volume et de 7,9 % en valeur, signe d’un déclin durable qui s’est aggravé au cours du dernier mois.

La baisse mensuelle a été 1,1 point de pourcentage plus marquée que le recul glissant sur 12 mois en volume. Cet écart laisse penser que la catégorie s’est encore affaiblie pendant l’été plutôt que de simplement poursuivre au même rythme. Le fait que la valeur ait reculé légèrement plus vite que le volume sur la période de 12 mois indique aussi une pression sur les prix ou sur le mix des ventes, avec un rôle probable joué par des produits moins chers ou par des remises plus importantes. Le rapport public de NABCA ne fournit pas de données absolues sur les prix de la catégorie, de sorte que cette évolution ne peut pas être mesurée directement.

Le repli est intervenu alors que le marché plus large des spiritueux dans les États de contrôle était quasiment stable en volume mais plus faible en dollars. Toutes catégories de spiritueux confondues, les ventes de juillet dans les 18 marchés contrôlés couverts par NABCA ont progressé de 0,3 % en volume, à 5 538 845 caisses de neuf litres, tandis que la valeur au détail a reculé de 2,2 % à 1,143 milliard de dollars. Cela correspond à un effet prix et mix implicite d’environ -2,5 %, ce qui signifie que le marché a vendu un peu plus de produit mais a généré moins de revenus par équivalent caisse.

La faible hausse en volume du marché global ne reflétait pas un rebond des spiritueux distillés traditionnels. La croissance a été surtout tirée par le segment des cocktails, mené par les produits prêts à boire en canette. Cette catégorie a progressé de 19,5 % en volume en juillet et de 18,5 % en valeur, loin devant le reste du marché et compensant les baisses de plusieurs catégories établies.

Dans ce contexte, la performance du whisky canadien a été nettement plus faible que celle des autres whiskies et des principaux spiritueux ambrés. Le scotch whisky a affiché une hausse de 3,2 % en volume en juillet, tandis que la tequila a progressé de

3,1 %. Le whiskey irlandais a gagné 0,4 %. Les liqueurs et la cachaça ont également augmenté au cours du mois. Après le whisky canadien, les plus fortes baisses ont concerné le Cognac et le brandy, tous deux en recul de 6,4 % en volume et en valeur, suivis du gin, du rhum et du whiskey américain.

La perspective sur 12 mois est elle aussi négative pour le whisky canadien. Les données glissantes de NABCA montrent que la catégorie a perdu 7,4 % en volume et 7,9 % en valeur jusqu'en juillet, une contraction plus marquée que celle du marché global des États de contrôle, où le volume total des spiritueux a reculé de 0,6 % et la valeur de 2,6 %. Seuls les cocktails, la tequila et la cachaça ont réussi à afficher une croissance en volume sur l'ensemble des 12 mois, et seuls les cocktails et la cachaça ont aussi progressé en valeur.

Les données couvrent les États et juridictions où les ventes d'alcool sont gérées par des systèmes de contrôle public, et non l'ensemble du marché américain. Cela signifie que les résultats sont un indicateur important des conditions de vente, mais ne doivent pas être interprétés comme un total national. NABCA a également indiqué que les résultats de juillet ont été affectés par plusieurs perturbations propres au marché. Le Michigan a compté quatre jours de vente de moins que le même mois l'an dernier. L'Utah a modifié le modèle d'exploitation des magasins d'agences agréées pour colis, en passant d'un modèle d'achat traditionnel à un système fondé sur les transferts. Dans le même temps, le New Hampshire a bénéficié d'une forte activité promotionnelle liée à son Summertime Bonus Card Bonanza.

Ces facteurs locaux ont eu des effets visibles sur l'ensemble du panel des États de contrôle. Le New Hampshire a enregistré une hausse de 21,5 % du volume total de spiritueux en juillet et une progression de 21,1 % en valeur, NABCA reliant en partie cette poussée aux promotions qui ont aidé des catégories comme le scotch et la tequila. Le Michigan a évolué en sens inverse, avec un volume total de spiritueux en baisse de 10,5 % et une valeur en baisse de 11,3 %. L'Utah a affiché des reculs de 7,4 % en volume et de 10,9 % en valeur.

Même avec ces distorsions, le recul du whisky canadien était généralisé plutôt que concentré dans quelques juridictions. NABCA a indiqué que la catégorie a reculé dans chaque État de contrôle du panel, ce qui rend le résultat plus significatif qu'une baisse causée par le calendrier ou un problème de stocks dans un seul marché. Le rapport ne publie pas en accès libre les volumes ou valeurs absolus des ventes de whisky canadien pour l'ensemble des calculs, de sorte que le nombre exact de caisses et de dollars perdus pour la catégorie ne peut pas être déduit des tableaux publics.

Le classement plus large des catégories aide à expliquer la pression qui pèse sur le whisky canadien. La vodka est restée la plus grande catégorie de spiritueux en juillet, en volume comme en valeur, malgré des baisses respectives de 2,2 % et 3,4 %. Le whiskey américain était la deuxième catégorie par volume et la troisième par valeur, bien qu'il ait lui aussi reculé, de 3,6 % en volume et de 3,5 % en valeur. La tequila se classait deuxième en valeur et a continué à gagner en volume, même si sa valeur a diminué de 1,6 %, ce qui montre que certaines catégories déplacent encore davantage de caisses tout en subissant elles aussi une pression sur les prix et le mix.

Le scotch a montré un schéma similaire. Sa hausse de 3,2 % du volume en juillet ne s'est traduite que par une progression de 0,1 % de la valeur. Cela restait néanmoins nettement meilleur que le whisky canadien, qui a perdu du terrain sur les deux indicateurs et sur une base annuelle glissante. Le whiskey irlandais, bien qu'en croissance seulement modeste en juillet, a lui aussi fait mieux que le whisky canadien en évitant un recul mensuel en volume.

Le calendrier de ces derniers chiffres intervient alors que les tensions commerciales entre les États-Unis et le Canada restent une composante du contexte économique plus large pour les producteurs de boissons alcoolisées. Les informations sectorielles ont noté que les deux pays ont imposé de nouveaux droits de douane sur une série de biens et que la plupart des provinces canadiennes ont retiré les alcools américains des systèmes de vente au détail gérés par l'État à partir de 2025. Le rapport de juillet de NABCA n'attribue pas la baisse des ventes de whisky canadien dans les États de contrôle américains à une cause particulière, et les données disponibles ne permettent pas d'isoler l'effet de la politique commerciale de celui des prix, des promotions, de la demande des consommateurs ou de la concurrence d'autres spiritueux et des produits

prêts à boire.

Ce que les chiffres montrent clairement, c’est que le whisky canadien perd des parts dans un marché où la croissance est étroite et concentrée. Le volume total des spiritueux dans les États de contrôle n’a augmenté que grâce à l’expansion rapide des cocktails. Sans ce segment, le marché aurait affiché une faiblesse plus générale en juillet. Sur les 12 derniers mois, le même schéma s’est répété. Les catégories de spiritueux traditionnels sont restées pour l’essentiel stables ou en baisse, tandis que les produits prêts à boire ont constitué la source de croissance la plus forte.

Cette tendance se voyait aussi en termes de dollars. Les cocktails ont représenté une part significative de la croissance totale en caisses, mais une part plus faible du chiffre d’affaires total, ce qui reflète une valeur moyenne par caisse inférieure à celle de catégories comme la vodka, la tequila et le whiskey. Pour les fournisseurs de whisky canadien, cela crée un environnement difficile. La catégorie ne recule pas seulement pour ses propres raisons, mais elle évolue aussi dans un marché où une grande partie de la croissance vient de produits situés en dehors du segment traditionnel du whiskey.

Les données de NABCA sur la consommation sur place allaient dans le même sens. Dans les bars, restaurants et autres établissements licenciés des États de contrôle, le volume de spiritueux a progressé de 0,2 % en juillet, mais la valeur a reculé de 2,5 %. Sur les 12 mois jusqu’en juillet, le volume de spiritueux sur place a augmenté de 0,5 % tandis que la valeur a diminué de 1,7 %. L’écart entre les volumes et les dollars dans ce canal reflète la tendance plus large du retail et suggère une pression persistante sur les prix et le mix dans l’ensemble du marché, y compris pour les catégories de whiskey qui perdent déjà des ventes en caisses.