vinetur

Le whisky japonais a tiré les spiritueux du travel retail, avec une hausse de valeur de 44 % en 2025.

Selon l'IWSR, les ventes mondiales d'alcool en travel retail ont continué de progresser, portées par le whiskey irlandais et les spiritueux d'agave, tandis que le Cognac reste sous pression.

jeudi 17 septembre 2026



Le travel retail mondial a continué de croître plus vite qu'une grande partie du marché plus large des boissons alcoolisées en 2025, mais une nouvelle analyse de l'IWSR indique que cette croissance se déplace vers des catégories comme le whisky japonais, le whiskey irlandais et les spiritueux d'agave, tandis que certains segments traditionnels perdent du terrain.

Le rapport, publié cette semaine, indique que les volumes mondiaux cumulés du travel retail pour les spiritueux et le vin ont augmenté de 5 % en 2025. La valeur a elle aussi progressé, avec +7 % pour les spiritueux et +5 % pour le vin à taux de change constants. Les quatre régions suivies par l'IWSR ont toutes enregistré une croissance de la valeur, menée par l'Europe et l'Afrique/Moyen-Orient, toutes deux à 11 %, suivies par les Amériques à 7 % et l'Asie-Pacifique à 2 %.

Ce tableau d'ensemble masquait toutefois de fortes disparités selon les régions et les catégories. En Asie-Pacifique, les performances des spiritueux ont été plus faibles que sur certains autres marchés, même si l'Inde est restée solide. Dans les Amériques, l'Amérique latine a mieux résisté que l'Amérique du Nord. L'IWSR a indiqué que l'évolution continue des goûts des voyageurs redessine aussi les produits qui gagnent de l'espace en rayon et l'attention des clients dans les boutiques duty free.

Charlotte Reid, responsable senior des insights pour le travel retail mondial chez IWSR, a déclaré que les catégories traditionnelles de spiritueux subissent une pression à mesure que les consommateurs se tournent rapidement vers des segments plus récents ou à plus forte croissance. Selon les données du groupe, les spiritueux dans leur ensemble ont enregistré en 2025 une hausse des volumes de 6 % et une hausse de la valeur de 7 %, mais les performances ont beaucoup varié selon les sous-catégories.

Le whisky est resté le principal moteur de croissance du travel retail. IWSR a indiqué que la valeur du whisky a augmenté de 12 % en 2025, ce qui en fait le premier contributeur à l'expansion de la catégorie. Au sein du whisky, le whisky japonais s'est nettement distingué, avec une valeur en hausse de 44 % et des volumes en hausse de 37 %. Le Scotch whisky et le whiskey américain ont chacun enregistré une croissance de valeur de 10 %, tandis que le whiskey irlandais a progressé de 11 %.

Reid a déclaré que le whisky japonais bénéficiait d'un fort attrait culturel, de la curiosité des voyageurs et d'une disposition des consommateurs à dépenser sur des segments premium. Elle a également indiqué que le whiskey irlandais gagne en dynamique à mesure que davantage de nouvelles distilleries atteignent les voyageurs internationaux et suscitent l'essai.

Hors whisky, les spiritueux d'agave ont aussi enregistré de solides gains. L'IWSR a fait état d'une croissance des volumes de 10 % et d'une hausse de la valeur de 28 % dans le travel retail mondial en 2025. Reid a indiqué que ces ventes étaient moins portées par la découverte occasionnelle que par des achats guidés par la marque, de nombreux consommateurs entrant dans les boutiques duty free en sachant déjà quelle bouteille ils voulaient.

La vodka a également surperformé le marché global des spiritueux. L'IWSR a indiqué que les volumes de vodka ont progressé de 7 % et que la valeur a augmenté à deux chiffres en 2025. La catégorie a été soutenue par la vodka aromatisée et par le désintérêt de certains consommateurs pour le gin sur quelques marchés européens clés.

Toutes les grandes catégories de spiritueux n'ont pas profité de cette croissance. Le Cognac et le brandy sont restés sous pression, avec des volumes en baisse de 6 % et une valeur en baisse de 8 % en 2025. Reid a qualifié les difficultés de la catégorie de structurelles, estimant que le segment XO premium a été particulièrement touché à mesure que les occasions traditionnelles d'offrir des cadeaux s'affaiblissaient. Elle a ajouté que les références VS se montraient plus résilientes grâce à un usage croissant en cocktail.

IWSR a déclaré qu'un éventuel redressement du Cognac dépendra probablement de la manière dont les marques présentent la catégorie aux voyageurs. Le rapport met en avant le retail expérientiel, des références d'entrée de gamme moins chères et des efforts pour repositionner le Cognac au-delà de l'offre cadeau, vers l'achat pour soi-même ou la consommation pendant les déplacements.

Le rhum a lui aussi perdu des volumes, en recul de 6 %, mais la valeur a tout de même augmenté, ce qui suggère que les consommateurs montaient en gamme même si le nombre d'unités vendues diminuait. IWSR a indiqué que la premiumisation du rhum n'en est encore qu'à ses débuts et que les producteurs disposent de marges de progression sur les segments premium et super-premium. Le rhum brun a été un moteur de cette premiumisation, tandis que les produits aromatisés continuent de soutenir les achats d'impulsion et que les marques artisanales gagnent du terrain sur les croisières.

Les volumes de gin sont restés globalement stables en 2025, même si la valeur a progressé de 7 %. IWSR a indiqué que le gin local et artisanal a relativement bien performé sur des marchés comme les pays nordiques, le Royaume-Uni et certaines parties de l'Asie-Pacifique. En revanche, le gin aromatisé s'est affaibli.

Le vin a également signé une année positive dans le travel retail. IWSR a indiqué que le volume de vin a augmenté de 2 % et que la valeur a progressé de 5 % en 2025. Les vins tranquilles ont enregistré les gains absolus les plus importants, tandis que les apéritifs légers ont été la sous-catégorie liée au vin la plus dynamique, avec des volumes en hausse de 16 % et une valeur en hausse de 25 %.

Le Champagne a affiché une performance contrastée. Les volumes ont reculé, mais la valeur a augmenté, ce qu'IWSR a présenté comme un résultat plus résilient que sur de nombreux marchés domestiques. Le Prosecco a évolué à l'inverse des tendances de croissance observées précédemment, avec une baisse à la fois des volumes et de la valeur. Le rapport décrit ce changement comme un signe de « fatigue du Prosecco » chez les voyageurs.

Les données montrent aussi un marché où le travel retail continue d'offrir de meilleures opportunités que de nombreux marchés domestiques de l'alcool, même si les conditions opérationnelles deviennent plus complexes. Reid a déclaré que le canal reste attractif pour les marques, mais que les consommateurs deviennent plus sélectifs et plus ouverts à l'essai de catégories qui étaient autrefois de niche.

À plus long terme, les prévisions d'IWSR jusqu'en 2030 montrent que le Scotch whisky offrira la plus grande opportunité de croissance absolue pour les spiritueux dans le travel retail. Le whisky japonais et le whiskey irlandais devraient conserver les rythmes de dynamique les plus forts, tandis que le Cognac et le brandy devraient rester globalement stables en valeur sur cette période.

Pour le vin, la croissance future de la valeur devrait venir principalement du vin tranquille et du Champagne, avec des gains plus modestes pour le vin fortifié et les autres vins effervescents. IWSR prévoit que le Prosecco restera sous pression et reculera légèrement d'ici 2030, tandis que les apéritifs légers devraient rester le segment lié au vin le plus dynamique.

Les perspectives à court terme sont plus difficiles. IWSR a indiqué que les prévisions pour 2025 à 2027 sont pénalisées par plusieurs pressions externes, notamment le conflit au Moyen-Orient, la fermeture d'espaces aériens, les perturbations des vols, la hausse des coûts du carburant et les tensions persistantes sur le coût de la vie.

L'Afrique et le Moyen-Orient devraient être les plus touchés. IWSR a indiqué que la région pourrait enregistrer une baisse de volume d'une seule année allant jusqu'à 22 %, avec peu de chances de reprise avant 2028. L'Europe est également très exposée en raison des perturbations liées au Moyen-Orient et devrait connaître la reprise la plus lente parmi les grandes régions. Les Amériques et l'Asie-Pacifique sont jugées moins affectées, même si elles ne sont pas immunisées contre les pressions plus larges sur l'aviation et la consommation.

Le rapport suggère que les ventes d'alcool en duty free continuent de progresser, mais que les produits qui portent cette croissance changent. Les voyageurs dépensent pour le whisky, en particulier les expressions japonaises et irlandaises, ainsi que pour les spiritueux d'agave et certaines offres de vodka premium, tandis que des piliers plus anciens comme le Cognac, le gin aromatisé et le Prosecco font face à un marché plus difficile.