vinetur

La consommation de bière en Tchéquie tombe à un niveau historiquement bas en 2025

La consommation par habitant a atteint 121 litres, soit près de 25 % de moins qu’en 2007, reflet de comportements plus sains et d’un changement générationnel.

jeudi 8 octobre 2026



La consommation de bière en Tchéquie a atteint en 2025 son niveau le plus bas jamais enregistré, à 121 litres par personne. L'évolution des habitudes de consommation, les préoccupations liées à la santé et les changements générationnels continuent de transformer l'un des marchés de la bière les plus traditionnels d'Europe.

Ces chiffres ont été communiqués par des représentants de la filière brassicole tchèque et figurent dans de récentes données d'Eurostat citées par Novinky.cz. Ils montrent que la consommation de bière en Tchéquie est désormais inférieure de près de 25 % à son niveau de 2007, année où elle avoisinait 159 litres par personne. Elle est ensuite passée sous les 150 litres vers 2010, s'est maintenue autour de 140 litres avant la pandémie, puis a reculé plus fortement pendant les années Covid. Le bref rebond de 2022 n'a pas duré.

Malgré cette baisse, la Tchéquie reste une exception en Europe. La consommation moyenne de bière y est encore presque deux fois supérieure à la moyenne de l'Union européenne, qui s'établit à 67 litres par an.

La production reflète elle aussi cette évolution, même si le pays reste un important centre brassicole. Les brasseries tchèques ont produit près de 2 milliards de litres de bière en 2025, selon l'association des brasseurs du pays, soit 5,8 % de la production totale de l'UE. À l'échelle du bloc, les brasseries ont produit 34,4 milliards de litres l'an dernier, un volume inférieur à celui de l'année précédente. L'Allemagne est restée de loin le premier producteur de l'UE, devant l'Espagne et la Pologne.

Les responsables du secteur estiment que ce recul s'inscrit dans une évolution plus large des comportements des consommateurs, plutôt que dans un effondrement soudain de la demande. Tomas Slunecko, directeur exécutif de l'Association des brasseurs et des malteurs tchèques, a déclaré à Novinky que les gens boivent globalement moins d'alcool, cherchent à rester plus actifs et accordent davantage d'attention à un mode de vie sain. Il a également souligné que cette évolution est générationnelle : les jeunes consommateurs recherchent davantage de diversité et choisissent de plus en plus des bières aromatisées, sans alcool ou artisanales plutôt que des lagers traditionnelles.

Cette tendance laisse penser que le recul ne touche pas tous les segments du marché de la bière de la même manière. Petr Dvorak, directeur général de la brasserie publique Budejovicky Budvar, a indiqué que les consommateurs boivent souvent moins, mais choisissent des bières de meilleure qualité. Selon lui, les catégories les plus chères ont été moins touchées, conformément aux tendances observées ailleurs en Europe.

Ces chiffres sont particulièrement remarquables en Tchéquie, où la bière est profondément liée à l'identité et à l'économie du pays. Le brassage y est pratiqué depuis plus de 1 000 ans ; la première trace écrite de production de bière remonte à 1088. Le pays a également joué un rôle majeur dans l'histoire brassicole mondiale en 1842, lorsque le brasseur Josef Groll a produit à Plzen le premier brassin de lager blonde de type Pilsner, un style qui s'est ensuite répandu dans le monde entier. Depuis 2008, la « Czech Beer » bénéficie du statut d'indication géographique protégée dans l'UE.

La tradition n'a toutefois pas protégé le marché des mutations sociales et économiques de long terme. La pandémie a perturbé les ventes dans les bars et les restaurants et semble avoir accéléré des tendances déjà à l'œuvre. Dans le même temps, les brasseurs ont dû faire face à la hausse des coûts d'exploitation, notamment de l'énergie, des matières premières, de l'emballage et de la distribution. Si l'article de Novinky portait principalement sur la demande, la pression liée à son affaiblissement s'exerce alors que de nombreux producteurs cherchent aussi à préserver leurs marges sur un marché plus sensible aux coûts.

Les chiffres tchèques devraient être suivis de près par l'ensemble du secteur des boissons, car ils concernent un pays longtemps considéré comme l'un des marchés de la bière les plus solides au monde. Un recul durable dans un marché aussi mature et tourné vers la bière pourrait indiquer aux producteurs et aux distributeurs qu'ils doivent adapter leur assortiment, leurs circuits de vente et leur planification des capacités à un avenir davantage marqué par la modération que par la croissance des volumes. Cela pourrait favoriser de nouveaux investissements dans les bières haut de gamme, les produits à faible teneur en alcool ou sans alcool, ainsi que dans d'autres catégories correspondant à l'évolution des préférences des consommateurs.

Cette évolution soulève également la question des lieux de consommation de la bière et de leurs répercussions sur les ventes. Bien que l’article source évoque un recul de la consommation traditionnelle dans les pubs au profit de la consommation à domicile, le changement de lieu peut modifier les besoins en matière de conditionnement, le pouvoir de fixation des prix et le choix des produits. Les ventes dans les pubs et les restaurants reposent généralement sur des marges et un positionnement de marque différents de ceux des ventes au détail destinées à la consommation à domicile.

Une chose est sûre : les Tchèques ne renoncent pas totalement à la bière. Le pays reste largement au-dessus de la moyenne européenne, et la bière demeure au cœur de sa culture culinaire, de son image touristique et de son patrimoine industriel. Mais les derniers chiffres montrent que, même sur un marché façonné par des siècles de tradition brassicole, les habitudes de consommation deviennent plus modérées et plus fragmentées.

Cette évolution devrait continuer de pousser les brasseurs à s’adapter. Les entreprises qui dépendaient autrefois largement d’une demande stable de lager standard devront peut-être réagir à un marché où les volumes baissent, où les jeunes consommateurs se montrent plus enclins à expérimenter et où la croissance pourrait moins dépendre des quantités bues que des choix de boissons.