vinetur

Les spiritueux haut de gamme progressent près de trois fois plus vite que l’ensemble du marché indien

Selon l’ISWAI, les bouteilles les moins chères représentaient près de la moitié des volumes de ventes de spiritueux en 2025

jeudi 8 octobre 2026



En Inde, les spiritueux haut de gamme progressent bien plus vite que les alcools moins chers, selon un rapport de l'International Spirits and Wines Association of India. Cette évolution témoigne d'un déplacement régulier de la demande vers des bouteilles plus onéreuses, alors même que les produits à bas prix occupent toujours une place importante sur le marché.

Le rapport indique que les volumes de ventes de spiritueux haut de gamme en Inde ont augmenté à un taux annuel composé de 10,2 % entre 2022 et 2025. C'est près de trois fois le taux de croissance annuel de 3,7 % enregistré par l'ensemble du marché des spiritueux sur la même période. En comparaison, le segment le moins cher a progressé de 1,1 % par an et les spiritueux de gamme standard de 1,4 %, signe d'une dynamique bien plus modérée dans les catégories grand public.

Ces chiffres témoignent d'une évolution de la composition des ventes d'alcool plutôt que d'une hausse ponctuelle sur une seule année. Les taux de croissance cités dans le rapport sont des taux annuels composés pour la période 2022-2025. Selon l'article publié jeudi par The Times of India, le rapport ne précise pas les seuils de prix retenus pour chaque catégorie, et la méthodologie complète n'était pas immédiatement accessible dans les archives publiques de l'ISWAI.

Malgré une croissance plus lente, les alcools moins chers restent au cœur du marché indien. Le rapport estime que les catégories les moins chères et de gamme standard représentaient ensemble près de la moitié du volume total des ventes de spiritueux en 2025. La montée en gamme s'opère donc sur un marché où les marques abordables continuent de concentrer une large part des achats.

Selon le rapport, la plus forte croissance parmi les catégories haut de gamme a été enregistrée par les spiritueux indiens fabriqués en Inde de la catégorie super-premium, qui ont progressé d'environ 34 % par an entre 2022 et 2025. Ce segment reste toutefois modeste. L'ISWAI estime que les produits indiens super-premium représentaient moins de 1 % du volume total des ventes de spiritueux en 2025, ce qui indique que leur forte croissance part d'un niveau bas.

Le rapport attribue la tendance générale à la montée en gamme à la hausse des revenus, à l'évolution des aspirations des consommateurs et à un accès plus large aux marques haut de gamme. Il relève également des changements dans la distribution : les magasins offrant un choix plus vaste, une meilleure mise en valeur des produits et davantage d'espace pour flâner incitent les clients à découvrir de nouvelles marques et à dépenser plus. L'évolution ne tient donc pas seulement aux revenus, mais aussi à la manière dont l'alcool est présenté et vendu.

Le whisky de malt indien figure parmi les segments qui ont progressé le plus rapidement selon le rapport. Les volumes de ventes de malts indiens ont augmenté d'environ 39 % par an entre 2022 et 2025, contre environ 5 % par an pour les malts écossais. L'ISWAI indique que les malts indiens ont dépassé les malts écossais en volume de ventes en 2024, une évolution notable dans une catégorie où les produits importés jouissent depuis longtemps d'un prestige auprès de nombreux consommateurs.

Dans leur ensemble, les spiritueux importés ont également progressé plus vite que le marché total, même s'ils ne représentent encore qu'une part relativement faible des ventes. Leurs volumes ont augmenté d'environ 8 % par an sur la période de trois ans, et leur part de marché est passée de 2,4 % à 2,7 %, selon le rapport. Cette croissance témoigne d'une demande soutenue pour les marques étrangères, mais suggère aussi que les produits haut de gamme nationaux gagnent plus rapidement du terrain dans certaines catégories, notamment le whisky de malt.

Ces chiffres précisent une évolution de longue date du marché indien de l'alcool, où producteurs et distributeurs s'efforcent d'orienter les consommateurs vers des produits à plus forte valeur. La croissance en volume des catégories haut de gamme et super-premium est importante, car elle montre que cette évolution ne se limite pas aux prix ou à l'inflation. De plus en plus de consommateurs se tournent vers des catégories supérieures aux segments standard et économique, même si celles-ci représentent toujours une part plus réduite du marché total en volume.

L'ISWAI estime la valeur du marché indien des boissons alcoolisées à environ 6,2 lakh crore de roupies, soit quelque 71 milliards de dollars.