vinetur

Halloween fait progresser de 1,5 % les ventes d’alcool au détail aux États-Unis, à 1,45 milliard de dollars

Les données de Circana font état d’une hausse des dépenses dans les circuits de vente au détail, malgré un recul de 0,2 % des ventes en caisses, et donnent un premier aperçu de la demande pendant les fêtes

mardi 10 novembre 2026



Halloween a apporté un rare coup de pouce au secteur américain des boissons alcoolisées, dans une année par ailleurs irrégulière : les ventes au détail ont progressé pendant la semaine de la fête, selon les données hebdomadaires de ventes en caisse du cabinet d'études de marché Circana, citées lundi 9 novembre par Brewbound.

Dans les circuits multi-enseignes et les commerces de proximité américains suivis par Circana, les ventes en valeur de l'ensemble des boissons alcoolisées ont dépassé 1,45 milliard de dollars au cours de la semaine terminée le 1er novembre. Elles ont ainsi augmenté de 1,5 % par rapport à la même semaine un an plus tôt. Les volumes, mesurés en caisses vendues, sont restés quasiment stables, en recul de 0,2 %.

La période couvrait l'ensemble du week-end d'Halloween, le 31 octobre. Cette échéance calendaire donne souvent aux fournisseurs et aux détaillants un premier aperçu de la demande des consommateurs, avant les périodes de ventes plus intenses de Thanksgiving et du mois de décembre. Les derniers chiffres suggèrent que les achats liés aux fêtes ont été suffisamment soutenus pour faire progresser la catégorie dans son ensemble en valeur, alors que les volumes sont restés quasiment inchangés.

Brewbound a indiqué que la bière avait également progressé dans les mêmes données hebdomadaires de Circana, contribuant ainsi à la hausse générale du secteur. L'extrait du rapport disponible ne précisait pas le montant des ventes de bière, mais le résultat global témoigne d'une amélioration des achats des consommateurs pour une catégorie qui a subi des pressions dans certains segments du marché de détail.

Les données portent sur les ventes dans les circuits de détail, pour une consommation hors des établissements, c'est-à-dire les achats d'alcool dans les commerces plutôt que dans les bars ou les restaurants. Cette distinction est importante, car les résultats des magasins d'alimentation, des grandes surfaces et des commerces de proximité peuvent différer de ceux de la consommation sur place, notamment pendant les fêtes, lorsque les clients font souvent des réserves pour des soirées et des réunions à domicile.

L'écart entre la hausse en valeur et la quasi-stabilité des volumes indique également que le chiffre d'affaires a progressé plus vite que le nombre de caisses vendues. Les données de Circana reproduites dans l'extrait ne détaillent pas la raison de cet écart,

mais elles montrent que la modeste amélioration des ventes ne s’est pas accompagnée d’une forte hausse des volumes physiques.

Pour les brasseurs, les domaines viticoles, les producteurs de spiritueux et les distributeurs, les résultats de la semaine d’Halloween donnent un premier indicateur alors que les entreprises planifient leurs stocks, leurs promotions et leurs expéditions pour le reste de la période des fêtes. Toutefois, une seule semaine de ventes en hausse ne suffit pas à démontrer un redressement durable de la demande pour l’ensemble des boissons alcoolisées, un secteur influencé par l’évolution des habitudes de consommation, la concurrence entre catégories et les pressions sur les dépenses discrétionnaires.

La semaine terminée le 1er novembre s’est néanmoins distinguée, mettant fin à une série de résultats plus faibles liés aux fêtes en 2026 et faisant progresser les ventes au détail de l’ensemble des boissons alcoolisées. Les fêtes de fin d’année étant encore à venir, les producteurs et les vendeurs suivront probablement de près les prochains rapports hebdomadaires de Circana pour déterminer si la hausse observée à Halloween s’inscrit dans une dynamique saisonnière plus large.