vinetur

Les whiskies à plus de 50 $ progressent de 4 % aux États-Unis

Les ventes de whisky ont reculé de 5 %, mais les bouteilles à plus de 50 $ ont généré près de 20 % du chiffre d’affaires pour moins de 10 % des volumes.

vendredi 20 novembre 2026



Les marques de whisky haut de gamme continuent de gagner du terrain aux États-Unis, alors même que le marché dans son ensemble poursuit son repli. Jeudi 19 novembre, Shanken News Daily a rapporté que les marques vendues au moins 50 $ la bouteille avaient progressé de 4 % dans les circuits suivis par NielsenIQ sur l’année arrêtée au 3

octobre, tandis que les ventes totales de whisky reculaient de 5 %.

Selon le rapport, qui cite Impact Databank, NielsenIQ et Circana, le marché américain du whisky dans son ensemble s'achemine vers une quatrième baisse annuelle consécutive des volumes. Le haut de gamme continue toutefois de faire mieux, malgré les droits de douane et un contexte de consommation morose.

Cette évolution dépasse le seul marché du whisky, car elle indique où les entreprises de boissons peuvent encore trouver des relais de croissance dans un marché atone. Les produits haut de gamme représentent une part du chiffre d'affaires supérieure à ce que laisseraient supposer leurs volumes en caisses, une dynamique susceptible d'influencer les prix, les formats et les choix de portefeuille dans les spiritueux comme dans d'autres catégories de boissons alcoolisées.

Impact Databank indique que les whiskies vendus 50 $ ou plus représentent une part très inférieure à 10 % des volumes totaux de whisky aux États-Unis, mais près de 20 % du chiffre d'affaires total. Autrement dit, une part relativement réduite du marché concentre une proportion beaucoup plus importante des dépenses.

Aux États-Unis, le segment haut de gamme est principalement composé de bourbons vendus à partir de 50 $ et de Scotch whisky, en particulier de single malts. Selon Shanken, The Macallan, propriété d'Edrington, domine les whiskies haut de gamme du pays en valeur et continue de progresser avec son expression phare de 12 ans d'âge.

The Glenlivet, propriété de Pernod Ricard, reste le single malt Scotch le plus vendu en volume, selon le rapport. La marque a étoffé sa gamme avec de nouvelles références, dont une édition Provence dans sa série de whiskies de 12 ans d'âge affinés en fûts, vendue 55 $ la bouteille de 750 ml.

Dans le haut de gamme du whiskey irlandais, Redbreast, la marque de single pot still de Pernod Ricard, gagne également en volume, selon le rapport.

Sazerac, le premier groupe de spiritueux en volume, reste l'un des acteurs les plus solides du whisky américain haut de gamme. Selon Shanken, plusieurs de ses bourbons vendus plus de 50 $ enregistrent une forte croissance à deux chiffres, notamment W.L.

Weller, Blanton’s et Colonel E.H. Taylor.

Sazerac a également lancé Eagle Rare 30, présenté comme la référence portant une mention d’âge la plus ancienne jamais commercialisée par Buffalo Trace Distillery. L’entreprise lance actuellement la Buffalo Trace Antique Collection 2026, dont plusieurs embouteillages spéciaux sont proposés à 155 $.

Un classement distinct des marques cité par Shanken montre que les principaux whiskies vendus plus de 50 $ la bouteille de 750 ml ont progressé de 14,3 % en volume au détail dans les circuits suivis par Circana au cours des 52 semaines achevées le 1er novembre. La liste comprenait 10 grandes marques qui, ensemble, représentaient 2,03 millions de caisses de 9 litres en volume aux États-Unis en 2025.

Au sein de ce groupe, Colonel E.H. Taylor a enregistré une croissance de 85,1 % des volumes au détail, W.L. Weller a progressé de 78,1 %, Blanton’s de 32,7 % et Eagle Rare de 18,9 %. The Macallan et Johnnie Walker Blue ont chacun gagné 2,0 %, tandis que Redbreast a progressé de 1,4 %. The Glenlivet a reculé de 3,1 %, Angel’s Envy de 8,4 % et Woodford Reserve Double Oaked de 0,2 %.

Les grands fournisseurs continuent de lancer de nouveaux produits sur ce segment. En octobre, Brown-Forman a étoffé la gamme Woodford Reserve Double Oaked avec une version rye titrant 45,2 % d’alcool par volume et vendue 55 $. Cette nouvelle référence rejoint Double Double Oaked Bourbon dans la gamme haut de gamme de la marque.

Angel’s Envy, propriété de Bacardi, a également ajouté une nouvelle expression à sa Distillery Series : un Kentucky straight bourbon affiné en fûts de stout et d’Amburana. La bouteille de 375 ml est vendue 55 $.

L’une des évolutions les plus nettes du marché est l’essor des petits formats haut de gamme. Shanken indique que les vins et spiritueux en formats réduits progressent, les consommateurs devant composer avec l’inflation et la baisse de leur revenu disponible. Dans le whisky, cette tendance ouvre un espace aux marques haut de gamme vendues en petites bouteilles, qui permettent aux clients de dépenser moins à l’achat tout en accédant à des marques reconnues.

Cette tendance pourrait avoir des conséquences plus larges pour le secteur des boissons si les entreprises choisissent de préserver leurs prix haut de gamme en misant sur des formats plus petits plutôt que de réduire le prix des bouteilles classiques. Elle offre aussi aux producteurs un autre moyen de cibler les acheteurs de cadeaux et les consommateurs en quête de produits de luxe pour recevoir ou célébrer une occasion spéciale.

Diageo fait partie des entreprises qui suivent cette stratégie. Shanken cite Johnnie Walker Blue en bouteille de 200 ml, vendue 85 $, un format destiné aux consommateurs qui souhaitent acheter un produit haut de gamme en plus petite quantité.