vinetur

La Floride mène le marché américain du rhum vers la premiumisation

Les nouvelles données de l'IWSR mettent en évidence le rôle de la Floride dans la tendance à la premiumisation du rhum

jeudi 7 novembre 2024



Selon les nouvelles données d'IWSR US Navigator, qui suit les tendances du marché des boissons alcoolisées, la Floride s'est imposée comme l'un des principaux États à l'origine de la montée en gamme du rhum aux États-Unis. Alors que le rhum a généralement connu une baisse de volume dans tout le pays, la Floride se distingue par une évolution impressionnante vers des produits de rhum de meilleure qualité.

Le rapport précise que le rhum n'a connu qu'une croissance modeste pendant la pandémie, avec des augmentations de volume de 4 % de 2019 à 2020 et de 2 % de 2020 à 2021. Cette hausse est moins importante que celle du marché global des spiritueux, qui a connu une croissance de 5 % au cours de ces deux années. Depuis 2022, les ventes de rhum ont surtout diminué, le rhum aromatisé - qui représente 43 % des volumes totaux de rhum aux États-Unis - subissant les pertes les plus importantes.

Huit États représentent la moitié de la consommation nationale de rhum, la Floride étant le marché le plus important. La part de la Floride dans la consommation totale de rhum est passée de 12 % en 2019 à 15 % en 2024. La Floride est suivie par New York (8 %), la Californie (7 %), le Texas (6 %) et la Pennsylvanie, le Michigan, l'Illinois et le Wisconsin (4 % chacun). Néanmoins, tous ces grands marchés ont subi des baisses de volume depuis que le rhum a atteint son apogée en 2021. La Floride a connu une baisse relativement modérée de 3 %, tandis que New York a enregistré un recul de 1 % et la Californie une baisse substantielle de 7 %. Plusieurs États, dont le New Jersey, le Massachusetts et la Géorgie, ont connu des baisses encore plus importantes, atteignant jusqu'à 8 %.

Malgré cette contraction générale, la tendance à la surprime - les consommateurs passant d'options moins chères à des options de meilleure qualité - est restée forte. En Floride, la catégorie de prix Standard pour le rhum a connu une croissance spectaculaire, passant d'une part de marché de 15 % en 2019 à 43 % en 2024, tandis que le segment Valeur s'est contracté de 80 % à 51 %. New York a connu une dynamique différente, le segment Premium et supérieur passant de 7 % à 12 % du marché, soit la plus forte croissance du rhum premium parmi les États les plus performants.

La premiumisation à travers les segments du rhum montre que si le rhum monte en gamme, le changement se concentre encore sur les niveaux de prix inférieurs. Entre 2019 et 2024, la part de la catégorie Value a chuté de 52% à 42%, tandis que la catégorie Standard a augmenté de 42% à 51%. La catégorie Premium et plus a légèrement augmenté, passant de 6 % à 7 %. Le rhum brun fait exception à la règle et enregistre des gains plus importants ; sa part de marché dans la catégorie Premium et supérieure est passée de 11 % à 17 %. En revanche, le rhum blanc et le rhum

aromatisé n'ont pas réussi à monter en gamme de manière significative, leur part de marché dans la catégorie "Premium-and-above" n'atteignant que 4 %.

Selon Marten Lodewijks, président de la division américaine de l'IWSR, l'un des principaux défis pour le rhum est l'absence de normes de production unifiées, qui complique les efforts visant à établir une hiérarchie de qualité claire. Il a également fait remarquer que les rhums haut de gamme restent relativement abordables par rapport aux whiskies et aux tequilas haut de gamme, ce qui représente une opportunité stratégique pour les marques. Malgré le lancement fréquent de nouvelles variantes, l'absence de marques de rhum entièrement nouvelles a freiné l'enthousiasme des consommateurs, surtout par rapport à des catégories en plein essor comme la tequila et le whisky américain.

Selon M. Lodewijks, la catégorie du rhum pourrait bénéficier d'une plus grande attention portée aux produits prêts à boire (RTD), qui gagnent en popularité. Des innovations telles que la collaboration entre Captain Morgan et Vita Coco, qui associe le rhum à l'eau de coco, pourraient être un moyen de raviver l'intérêt pour le rhum et de répondre à l'évolution des préférences des consommateurs.