vinetur

Le marché américain des spiritueux ralentit alors que les consommateurs modifient leurs dépenses et que les produits prêts à boire gagnent du terrain

Le whisky et le gin restent des produits haut de gamme, tandis que les petits formats et les boissons gazeuses modifient les schémas de croissance de l'industrie.

jeudi 28 août 2025



Le marché américain des spiritueux montre des signes de ralentissement, avec une croissance inférieure à sa tendance à long terme. Selon les données de Nielsen, la valeur de l'industrie a baissé d'environ 3 % en août. Cette baisse est conforme aux chiffres de 2024 rapportés par le Distilled Spirits Council of the United States (DISCUS), qui montrent que les volumes et la valeur de l'industrie - à l'exclusion des produits prêts à boire (RTD) et des cocktails - ont baissé respectivement de 3,0 % et de 2,6 %.

Mark Brown, PDG de Sazerac, a récemment abordé ces tendances dans une mise à jour du secteur. Il a noté que si les consommateurs baissent leur consommation dans des catégories telles que la vodka et le rhum, la premiumisation reste forte dans le whisky et le gin. M. Brown a expliqué que l'inflation et les habitudes de consommation plus modérées de la génération Z affectent les ventes, mais il pense que les moteurs à long terme tels que la premiumisation et l'augmentation de la part de marché des spiritueux restent robustes.

Le marché est confronté à deux grands défis. Tout d'abord, les RTD à base de spiritueux continuent de prendre du volume aux spiritueux distillés traditionnels. Deuxièmement, les petits formats d'emballage gagnent en popularité et représentent aujourd'hui 80 % de la croissance en volume. Ces petits emballages permettent aux consommateurs de réduire leurs dépenses. M. Brown a souligné que si ces tendances exercent une pression sur les volumes actuels, elles attirent également de nouveaux consommateurs dans la catégorie et pourraient favoriser une future premiumisation.

Les tendances en matière de prix et d'assortiment dans les différentes catégories de spiritueux présentent un tableau contrasté. La tequila a connu une légère baisse de 0,6 %, moins importante qu'en juillet. Le gin a augmenté de 1,6 %, la vodka de 0,5 %, le rhum a baissé de 0,5 %, le bourbon a augmenté de 1,0 %, le whisky canadien a augmenté de 1,5 %, le cognac a baissé de 2,7 % et le scotch a légèrement augmenté de 0,6 %. M. Brown a souligné que malgré le ralentissement de la tequila, le gin, le bourbon et le whisky canadien continuent de soutenir la tendance à la premiumisation.

En ce qui concerne la tequila, Don Julio s'est distingué par une augmentation de 6,2 % de ses ventes et de 8,2 % de son volume, surpassant ainsi ses concurrents alors que la catégorie dans son ensemble a reculé de 1,8 %. D'autres marques comme Casamigos

et Altos ont connu des baisses significatives de 20 % et 11,7 %, respectivement.

Les volumes de scotch ont chuté de 6,4 %, mais le rapport prix/mix produits est resté positif à 0,6 %. Les marques haut de gamme telles que Johnnie Walker et Chivas Regal ont enregistré des hausses de 2,2 % et 0,9 %, ce qui a permis de compenser les baisses enregistrées par les marques traditionnelles. Le whisky irlandais est resté stable, Jameson n'ayant baissé que de 1,1 % au cours des trois derniers mois.

Le whisky américain continue de bénéficier de la premiumisation, avec des marques telles que Colonel Taylor qui stimulent la croissance, même si Jack Daniel's et Jim Beam ont enregistré des baisses.

Le whisky canadien a vu Crown Royal rebondir en août avec un gain de 0,8 % après une forte baisse en juillet. Les innovations en matière d'arômes ont joué un rôle : Le Blackberry a fait un bond de plus de 180 %, tandis que le Peach a chuté de près de 15 %. M. Brown a averti que la volatilité pourrait persister avec l'arrivée de nouveaux arômes sur le marché.

Les spiritueux blancs tels que la vodka continuent de subir des pressions à la baisse, les marques établies telles que SKYY et Absolut perdant du terrain. En revanche, les boissons gazeuses sans alcool ont enregistré une forte croissance de près de 27 % en août, contre environ 22 % le mois précédent. Des marques telles que Surfside, Sun Cruiser, Buzzballz, Cutwater et Nutrl ont été parmi les plus performantes dans ce segment.

Les grandes entreprises mondiales restent fortement investies sur le marché américain des spiritueux : Diageo réalise environ la moitié de son chiffre d'affaires aux États-Unis, Remy Cointreau environ 40 %, Campari environ un quart, tandis que Pernod Ricard a une exposition significative mais plus réduite.

M. Brown a décrit l'environnement actuel comme une "correction" pour les spiritueux distillés aux États-Unis, mais il s'est dit optimiste quant à l'amélioration de la situation une fois que les pressions inflationnistes s'atténueront et que la croissance des boissons gazeuses sans alcool se stabilisera.

Les informations utilisées pour ce rapport proviennent de la lettre d'information Industry News Update Newsletter-US Spirits de Mark Brown : De-premiumisation Tracker August 2025 - avec l'aimable autorisation de Brett Sayles via Canva.com.