vinetur

Les boissons alcoolisées RTD ont doublé leur part de marché en cinq ans et représentent désormais 8 % des portions aux États-Unis

Les jeunes consommateurs se détournent de la bière et des spiritueux, les ventes de RTD augmentant de 17 % à chaque printemps depuis 2019.

mardi 28 octobre 2025



Des jeunes portent un toast avec du vin RTD dans des verres

Les boissons alcoolisées prêtes à boire modifient la façon dont les Américains boivent tout au long de l'année. Autrefois considérées comme une tendance estivale, les boissons prêtes à boire font désormais partie intégrante du marché des boissons alcoolisées aux États-Unis. Leur essor affecte les ventes de bière, de vodka, de gin et d'apéritifs, en particulier pendant certaines saisons.

Selon les données d'IWSR, un analyste de premier plan du marché des boissons alcoolisées, les volumes de RTD aux États-Unis ont augmenté de 1 % en 2024. Cette croissance devrait se poursuivre à un rythme similaire jusqu'en 2029. La part des RTD dans le total des portions de boissons alcoolisées a doublé en cinq ans, passant de 4 % en 2019 à 8 % en 2024. D'ici 2029, cette part devrait atteindre 9 %. Cette croissance intervient alors que d'autres catégories comme la bière et certains spiritueux voient leur part de marché diminuer.

Marten Lodewijks, président d'IWSR US, explique que si le nombre de nouveaux consommateurs de boissons aromatisées n'augmente pas aussi rapidement qu'auparavant, les personnes qui boivent déjà des boissons aromatisées le font plus souvent. C'est particulièrement vrai pour les jeunes adultes. La génération Z et les milléniaux sont à l'origine de cette tendance, attirés par les avantages perçus pour la santé, les ingrédients fonctionnels et la variété qu'offrent les RTD. En 2025, plus de la moitié des buveurs américains de RTD se décrivent comme des consommateurs fréquents, c'est-à-dire qu'ils boivent des RTD au moins une fois par semaine. Ce chiffre est en hausse par rapport aux 44 % de 2023.

Les RTD séduisent aussi bien les hommes que les femmes, mais sont plus populaires chez les jeunes. Les données d'IWSR montrent que 57 % des consommateurs de boissons aromatisées aux États-Unis sont des Millennials ou des membres de la génération Z. À mesure que ces boissons se répandent, elles prennent des parts de marché à la bière. Lorsqu'on leur demande ce qu'ils auraient choisi avant de boire des boissons gazeuses sans alcool, un grand nombre de consommateurs de la génération Z, des milléniaux et de la génération X répondent la bière.

C'est au printemps et au début de l'été que le passage de la bière aux boissons prêtes à l'emploi est le plus visible. L'outil US Navigator d'IWSR suit les tendances de consommation État par État et montre que les ventes de RTD augmentent régulièrement entre mars et avril - jusqu'à 17 % certaines années depuis 2019. Cependant, les ventes de RTD ont tendance à baisser en août par rapport à juillet, tandis que la bière regagne du terrain plus tard dans l'année.

Les études de consommation confirment ces résultats. En avril 2023, 14 % des consommateurs américains ont déclaré avoir récemment consommé un RTD, contre seulement 11 % en septembre de la même année. Les données relatives aux substitutions montrent également que la bière est la catégorie la plus fréquemment délaissée par les buveurs de boissons aromatisées.

Les spiritueux subissent également l'impact de la croissance des RTD. Les RDT à base de spiritueux - ceux fabriqués à partir de vodka, de gin ou d'autres spiritueux - devraient mener la croissance du volume des RDT jusqu'en 2029. Ces produits ont

bénéficié de l'innovation et du développement de nouveaux produits. Pendant les mois d'été, en juillet et août, les ventes de vodka et de gin diminuent généralement, tandis que les RTD à base de spiritueux enregistrent leurs plus fortes progressions en avril. Depuis 2019, les RTD à base de spiritueux ont augmenté jusqu'à 10 % d'un mois sur l'autre en avril et n'ont connu que de légères baisses en août.

Certains buveurs de vodka et de gin considèrent désormais les RTD comme une bonne alternative. Les études de consommation montrent qu'environ 7 % des buveurs de RTD déclarent avoir abandonné la vodka. Les apéritifs, qui ont connu une forte croissance entre 2019 et 2021, ont vu leurs ventes se stabiliser depuis 2022 alors que les RTD à base de spiritueux continuent de croître.

Les préférences saisonnières jouent un rôle important dans ces changements. Au printemps, davantage de consommateurs déclarent boire des RTD en raison de la saison. À l'automne, la commodité devient un facteur plus important.

Selon M. Lodewijks, c'est au début de l'été que les RDT trouvent le plus d'écho auprès des consommateurs, tandis que la bière gagne en popularité plus tard dans l'année. La vodka, le gin et les apéritifs perdent tous du terrain au profit des RTD à base de spiritueux. Les motivations et la mémorisation des consommateurs montrent clairement un croisement saisonnier qui modifie la façon dont les Américains boivent tout au long de l'année.

L'essor des RTD n'est pas une simple tendance passagère, mais le signe d'un changement d'habitudes chez les consommateurs américains. À mesure que ces boissons s'imposent, elles remodèlent les schémas traditionnels de consommation d'alcool dans tout le pays.