

En France, les Spiritueux maintiennent le cap !

Dans un contexte économique resté difficile en 2010, les ventes de spiritueux ont conforté leur position avec 377 millions de litres. Cette bonne résistance s'explique en grande partie par la qualité des produits, les innovations des fabricants et l'attachement des Français aux boissons spiritueuses. Synonymes de convivialité et de grandes occasions, les spiritueux sont le reflet du patrimoine gastronomique français. Preuve en est, un million de visiteurs se sont rendus sur les sites de production l'an dernier. **Le marché est toujours soutenu par la Grande Distribution (GMS) qui accentue la stratégie de valorisation des produits, tandis que les ventes en Café Hôtel Restaurant (CHR) connaissent cette année encore une nouvelle baisse.** Aujourd'hui, 8 consommations de boissons alcoolisées sur 10 se font à la maison, en famille ou chez des amis¹, cela est particulièrement vrai pour les spiritueux.

« Si nous restons confiants sur notre potentiel, nous redoutons toutefois pour 2011 une trop forte hausse du prix des matières premières qui serait préjudiciable à notre secteur » précise Jean-Pierre Lacarrière, Président de la Fédération Française des Spiritueux.

Un marché porté par la grande distribution

La GMS représente à elle seule 288,5 millions de litres (+0,8%), pour un total valeur de 4,1 milliards d'euros (+3,1%).

Le circuit principal reste les Hypers/Supers (77,2%). Le rayon des spiritueux figure parmi les plus dynamiques (plus de 5 % du chiffre d'affaires de la Grande et Moyenne Distribution).

On constate une **légère baisse des ventes en supérettes et magasins de proximité (-0,7%)** et surtout une **montée en puissance des circuits de hard-discount (+2,7% de PDM en 10 ans).**

¹ Enquête Usage et Attitude, 2008. Entreprise & Prévention.

Le CHR poursuit son recul

Ce circuit totalise 56,1 millions de litres (-2,6%). Il ne représente plus que 15% des circuits de distribution (-2,6%). Depuis 2000, les ventes y ont reculé en moyenne de 0,5% par an². La consommation sous forme de cocktails contribue toutefois à limiter la baisse.

Ce secteur reste **dominé par les enseignes Cash & Carry (54,6%)** qui enregistrent une progression de 12% sur les 10 dernières années. L'activité des cavistes est toujours significative (3,3%) pour les références Premium.³

Enfin, les ventes à l'export ont renoué avec la croissance beaucoup plus tôt que prévu, apportant ainsi de bons résultats favorables à la balance commerciale nationale.

La Fédération Française des Spiritueux (FFS)

Créée en 1996, elle est un syndicat professionnel composé de producteurs et de distributeurs français de boissons spiritueuses. Elle regroupe près de 200 entreprises présentes dans 23 régions (y compris les départements d'outre-mer), de diverses tailles (90% de PME associées à des groupes à vocation internationale).

Le secteur des Spiritueux en France génère 100 000 emplois directs et indirects. 700 marques sont commercialisées par les adhérents de la FFS.

Service de Presse : VFC Relations Publiques - T. 01 47 57 67 77

Contacts : Valérie Langlois vlanglois@vfc.fr - Sophie Ionascu sionascu@vfc.fr

² GIRA Foodservice.

³ GIRA Foodservice.