

En 2015, les Spiritueux résistent sur le marché français et réussissent à l'export, malgré la pression fiscale et la guerre des prix

Les producteurs et distributeurs français de spiritueux ont de nouveau résisté en 2015, grâce à leur dynamisme et à leur créativité. L'excellence des savoir-faire et la stratégie de « premiumisation » ont permis de développer les entreprises et de maintenir les emplois. Mais, sur le long terme, les producteurs restent sous tension. La filière doit investir pour rester compétitive et il devient urgent de reconsidérer la pression fiscale exercée sur le secteur et de rééquilibrer les relations commerciales avec la distribution.

Les Spiritueux français : un modèle gagnant en valeur et un savoir-faire reconnu dans le monde

Le marché reste principalement animé par les whiskies (+0,7% en valeur) et les anisés. Si la catégorie globale des anisés enregistre un recul de -1,4% en valeur, le segment des anisés blancs affiche une belle progression (+6,9% en valeur). Les rhums, grâce à la montée en gamme, sont particulièrement dynamiques (+9,3% en valeur). Les alcools blancs poursuivent leur croissance en maintenant une notable augmentation en valeur (+4,7% pour le gin, +1,3% pour la vodka). Les liqueurs traditionnelles repartent à la hausse (+4,2% en valeur).

Les consommateurs français en quête de savoir-faire et d'expérience de dégustation

La tendance vers la « premiumisation », initiée il y a plusieurs années, se confirme.

Si la consommation à domicile poursuit son recul (-0,5%), représentant 278 millions de litres, les ventes en CHR continuent de se développer (+2,3%) avec 32,54 millions de litres.

Consommer moins, mais mieux : cette stratégie responsable adoptée, depuis plusieurs années, par la profession porte ses fruits. Les bars à cocktail illustrent parfaitement cette tendance. La dégustation s'y envisage au cœur d'une expérience, mêlant savoir-faire et convivialité.

A l'export, les spiritueux dynamisent l'excellence française

Après un repli en 2014, les spiritueux prennent en 2015 la place de numéro 2 sur le podium des postes excédentaires de la balance commerciale (vins et spiritueux), animés par une montée en puissance en valeur. Les exportations ont augmenté de +13,2%, atteignant 3,7 milliards d'euros.

Au total, 600 millions de litres de spiritueux ont été produits en France, en 2015.

Une réglementation inappropriée générant des recettes non affectées à la prévention des risques et ceci dans un contexte accru de déflation en grande distribution

Sur le long terme, les producteurs et les distributeurs français de spiritueux restent sous tension.

Avec 71% des recettes fiscales pour seulement 22% des volumes d'alcool pur mis à la consommation en France, la filière des spiritueux subit une fiscalité écrasante qui nuit à la compétitivité des entreprises du secteur dans un contexte de guerre des prix entre enseignes de la grande distribution.

Les taxes augmentent mais ne bénéficient pourtant pas aux actions de prévention

Responsable, la profession est très engagée dans la promotion d'une consommation mettant l'accent sur la prévention et la modération. Cependant moins de 0,2% des 3 milliards d'euros de recettes fiscales avant TVA sont alloués à la prévention des comportements à risque.

Au 1er janvier 2016, sur la base d'un litre de spiritueux à 40% vol. (whisky, liqueur, pastis, etc.) vendu à 13 €, les taxes représentent 87,30% du prix de vente consommateur.

La FFS soutient les recommandations de la Cour des comptes quant à la réduction des situations à risque et réclame une campagne sur les équivalences entre les boissons alcoolisées et sur les seuils de consommation à moindre risque.

Autre point pénalisant, la pression des distributeurs sur la fixation des prix et leurs pratiques de négociations qui alimentent la spirale déflationniste.

En 2016, la Fédération Française des Spiritueux fête ses 20 ans et célèbre les savoir-faire de ses entreprises familiales qui font la renommée des spiritueux.

20 ans passés au service de la promotion des savoir-faire, de l'excellence et de la défense de l'intérêt collectif des petites et grandes entreprises, en partenariat avec l'administration française et européenne : lutte contre la fiscalité excessive, rédaction du règlement européen sur les spiritueux, démarches en faveur de la modération, rayonnement international, innovation et prise en compte des exigences environnementales.

Depuis 2014, les spiritueux sont inscrits au patrimoine culturel, gastronomique et paysager protégé de la France. Passionnés, les hommes et les femmes qui produisent les spiritueux ont à cœur de préserver et faire découvrir leur savoir-faire d'excellence. Cette initiative rencontre un grand succès auprès du public. Chaque année, plus d'un million de visiteurs pratiquent le Spiritourisme dans plus d'une centaine de sites de production ouverts au grand public, en métropole et en outre-mer.

A propos de la Fédération Française des Spiritueux :

Syndicat professionnel composé de producteurs et distributeurs français de boissons spiritueuses créé en 1996, la FFS regroupe près de 200 entreprises présentes dans toutes les régions (y compris les départements d'outre-mer), très impliquées dans le dynamisme économique local. La FFS se compose d'**entreprises de tailles diverses (90% de PME et de groupes à vocation internationale), principalement à caractère familial.** Le secteur emploie en France **100 000 personnes** (emplois directs et indirects).

A propos des boissons spiritueuses :

Boissons alcoolisées obtenues par distillation, macération ou infusion de matières premières agricoles. Leur teneur en alcool est de 15 degrés minimum et certaines sont vieilles en fût. Il s'agit de boissons d'origine agricole. On dénombre 46 catégories principales de spiritueux (absinthe, anisé, Armagnac, Calvados, Cognac, eau-de-vie de fruit, genièvre, gentiane, liqueur et crème de fruit, rhum, vodka, whisky...). Chaque année, ce sont au total plus de 2 millions de tonnes de matières premières agricoles (fruits, raisins, cannes à sucre, céréales et plantes) qui sont distillées, macérées ou infusées avant de devenir spiritueux.

Service de presse : VFC Relations Publics

T. 01 47 57 67 77

Contacts : Valérie Langlois - vlanglois@vfcrp.fr

Elodie Lambert – elambert@vfcrp.fr

Agathe Cros – acros@vfcrp.fr