

Les producteurs français de spiritueux optimistes mais prudents, souhaitent une reprise pérenne

Sans grande surprise, sur un marché naturellement lié au partage et à la convivialité, les ventes de spiritueux ont reculé en 2020. Les confinements successifs entraînant la fermeture des cafés, des hôtels et restaurants, du travel retail, ainsi que l'arrêt brutal de l'événementiel ont durement impacté l'activité des entreprises de spiritueux, tant sur le marché domestique qu'à l'export. Le report d'achat observé sur la GMS n'a pas permis de compenser les pertes observées en CHR. Les entreprises de la filière, des PME et TPE en très grande majorité, ont tout mis en œuvre pour garder le cap. Afin de renouer avec la croissance, la reprise qui semble s'amorcer devra être pérennisée.

Sur le plan national, la GMS n'a pas permis de compenser la fermeture des CHR

Au total en 2020, la consommation globale de spiritueux a baissé de 1,8% en volume en France.

En 2020, la GMS ¹enregistre une progression des ventes de spiritueux de 4,2% en volume, atteignant 277 millions de litres et de 6% en valeur, représentant 5,1 milliards d'euros. Si le gin et le rhum maintiennent leur percée, avec respectivement +15,8% et +12,5%, le calvados recule de -5,7%.

Dans le même temps, les chiffres des ventes en CHR² affichent des baisses records par rapport à 2019 : -45% sur les volumes distribués, pour un total de 10,9 millions de litres.

Le report escompté du CHR vers la GMS n'a pas eu lieu. Seulement 30,6% des volumes de spiritueux du CHR ont été transférés à cette dernière. **La hausse des ventes en GMS (+4,2% en volume) ne compense pas la baisse en CHR (-45% en volume) et des autres circuits (travel retail, événementiel...).** Les effets se font ressentir sur le long terme pour les entreprises qui fournissent ce secteur.

A l'export, la France enregistre le plus faible niveau d'expéditions depuis 2009

Les exportations, cartes maîtresses historiques des spiritueux, sont également en net repli de **-8,4% en volume et de -19,4% en valeur, soit l'équivalent de 48,5 millions de caisses de 12 bouteilles.** Les principaux marchés affichent eux aussi des reculs records en valeur : respectivement **-12,7% pour les USA, -11,2% pour la Chine -37,6% pour Singapour³.** Les vins et spiritueux ont résisté autant que possible et conservent malgré tout leur place de second contributeur à la balance commerciale. La suspension, pour 5 ans, des droits de douanes additionnels de 25% qui s'appliquaient aux vins et spiritueux français exportés aux États-Unis donne une perspective plus favorable sur ce marché leader à l'export.

¹ Source : NIELSEN

² Source : CGA

³ Source FEVS

La Fédération Française des Spiritueux tire les premières conclusions de la crise

La FFS a mené, en décembre 2020, une enquête auprès de ses adhérents. Une grande majorité des entreprises ressortiront ébranlées de la crise Covid.

Ainsi en 2020, 73% des entreprises ont enregistré une diminution de leur chiffre d'affaires, pour l'essentiel entre -10 et -30%. Pour les entreprises travaillant essentiellement avec le CHR, cette baisse concerne 92% d'entre elles, et se situe majoritairement entre -30 et -50%. 24% des entreprises pensent avoir recours à des mesures de réduction des effectifs en 2021 (licenciements économiques, ruptures conventionnelles collectives, plan de sauvegarde de l'emploi). 43% des entreprises ont reporté des investissements productifs et 72% ont fait appel à des mesures de soutien, à 79% pour le Prêt Garanti par l'état, mais aussi pour les délais de paiements des charges (44%), le rééchelonnement de crédit (25%) ou les exonérations de cotisations sociales (21%).

Malgré ce contexte préoccupant, le régime de taxation extrêmement fort appliqué aux spiritueux est resté inchangé

Au 1er janvier 2021, sur 1 litre de spiritueux à 40 % vol. (whisky, liqueur, pastis, etc.) vendu à 16,50 €, prix consommateur le montant total des taxes s'élevait à 12,03 €.

Avec 73% des recettes fiscales pour seulement 26% des volumes d'alcool pur mis à la consommation en France, la filière a continué de subir une fiscalité toujours plus écrasante à laquelle s'est ajouté l'effet inflationniste dû au relèvement de 10% du seuil de revente à perte (droits d'accises et CSS inclus) instauré par la loi Egalim. Au total, cette pression s'est chiffrée, pour 2020, à 2,9 milliards d'euros de recettes fiscales (droits de consommation et CSS) et près d'1 milliard d'euros de TVA.

Une fédération et ses entreprises qui s'engagent pour plus de prévention

Forte de son engagement, la Fédération Française des Spiritueux s'est associée en 2019 aux Brasseurs de France et à la Fédération Française des Vins d'Apéritif pour créer l'association *Prévention et Modération* afin de promouvoir la consommation responsable des boissons alcoolisées. Concrètement, *Prévention et Modération* agit pour prévenir les comportements à risque, promouvoir des comportements responsables et engager les professionnels dans la prévention. Plusieurs projets et partenariats portent aujourd'hui leurs fruits, notamment la campagne « 0 alcool pendant la grossesse » avec l'association SAF France, la mise à disposition de kits de sensibilisation avec la Prévention Routière à l'occasion des départs en vacances, ou encore l'information des bénévoles des Banques Alimentaires et leurs 6 000 associations partenaires.

Et qui s'engagent durablement

Dès 2019, la FFS et ses entreprises signaient la charte Filière Verre 100% Solutions, qui permet déjà d'afficher un taux de recyclage de 87% et de tendre vers un recyclage du verre proche de 100% à l'horizon 2029. Les entreprises s'engagent également sur de nombreux autres enjeux prioritaires comme l'écoconception des emballages, la diminution de la consommation d'eau, la gestion raisonnée des énergies, ainsi que le recours à des matières premières durables et de proximité.

« 2020 aura été une année compliquée pour les producteurs français de spiritueux. Notre secteur a fait de nombreux efforts pour préserver ses marchés et a ainsi su faire la démonstration de sa résilience. Il faut maintenant, que la reprise qui s'annonce se pérennise, pour devenir résolument optimistes. De cette période particulière, nous retenons aussi certains enseignements, en particulier pour répondre aux attentes des citoyens en matière de développement durable et de promotion d'une consommation responsable. » résume Jean-Pierre Cointreau, Président de la Fédération Française des Spiritueux.

A propos de la Fédération Française des Spiritueux

Créée en 1996, la FFS est une organisation professionnelle qui représente les producteurs et les distributeurs français de boissons spiritueuses. Elle regroupe près de 250 entreprises (des PME aux groupes à vocation internationale) soutenant 100 000 emplois dans toutes les régions de France métropole et territoires d'outremer. 90% des entreprises sont issues de PME-TPE. Les spiritueux sont des boissons alcoolisées obtenues par distillation, macération ou infusion de matières premières agricoles. Il s'agit de boissons d'origine exclusivement agricole. On dénombre 44 catégories de spiritueux (absinthe, anisé, Armagnac, Calvados, Cognac, eau-de-vie de fruit, genièvre, gentiane, liqueur et crème de fruit, rhum, vodka, whisky...) et 51 indications géographiques. Un fabuleux patrimoine qui attire chaque année près de 2 millions de visiteurs dans les sites de production.

Nous rejoindre sur www.spiritueux.fr et sur [Linkedin](#)

Contact presse : VF CRP

Valérie Langlois-Vesperini – vlanglois@vfcrp.fr - 06 61 61 80 75

Alexandra Leoni – aleoni@vfcrp.fr - 06 76 88 98 17