

## Face aux incertitudes qui progressent, les producteurs français de spiritueux réaffirment le rôle stratégique de leur production pour la France

Réunis en Assemblée Générale ce mercredi 1<sup>er</sup> juillet 2026, les producteurs ont rappelé le rôle économique, social, culturel et agricole de la filière, dont l'avenir se jouera sur la création de valeur, l'innovation, la diversification des marchés, ainsi que la réponse aux attentes sociétales... à condition de faire de la filière une des priorités stratégiques pour la France.

### La modération s'installe, les spiritueux tiennent le cap

La modération est **le fil rouge de l'année 2025**. Sur le marché domestique, les ventes de spiritueux en Grande distribution reculent de 2 % en volume et de -1,6 % en valeur. **Le début d'année 2026 suit les mêmes tendances** avec une baisse de la valeur de -1,5 % à la fin mai. Les spiritueux performant **en CHR** avec **+1,1 % en volume et + 1,8 % en valeur**. Mieux : avec les softs, les spiritueux sont **la seule catégorie revenue au-dessus de son niveau pré-Covid** (indice 104 vs 2019). La consommation se contracte donc en volume mais se valorise avec un effet prix/mix positif (+1,9 % de revalorisation en GMS).

La croissance se concentre sur les produits dits « festifs et conviviaux » (vodka, liqueurs, agave, cocktails, spritz), qui pèsent désormais **48,9 % de la valeur des spiritueux en CHR** (contre 44,8 % en 2023), marquant ainsi une progression de +7,5 % (valeur) en 3 ans. La vodka signe **la meilleure progression valeur (+8,3 %)** en CHR, et constitue le premier moteur de croissance de la GMS (+4,9%). L'agave poursuit son boom : **+18,6 % en valeur en CHR** et **+58 % en valeur sur trois ans en GMS**. Les liqueurs modernes progressent sur les deux circuits. La bataille du Spritz repart : **+10 % en volume et +12 % en valeur en CHR**. Le segment monte en gamme et progresse avec l'apport des **liqueurs de bureau** et le **limoncello**.

Ceux qui souffrent : whisky, rhum et catégories traditionnelles. Le whisky et le rhum portent l'essentiel du recul. En CHR, ils diminuent respectivement de **-4,7 % et -4,3 % en valeur** et concentrent à eux seuls **86 % des pertes des spiritueux** (whisky 41,9 %, rhum 44,6 %).

### Des relais de croissance bien identifiés

**L'essor du sans-alcool** s'impose comme une tendance structurelle. En CHR, les boissons sans alcool progressent de 21 % en valeur et ont presque doublé en volume depuis 2019. En GMS, ce segment atteint désormais 39 millions d'euros, tandis que de nombreuses marques proposent une offre « no/low ». Cette évolution concerne toutes les générations et se traduit aussi par une baisse du degré d'alcool moyen acheté. **L'aromatisation** constitue un autre moteur de renouvellement : elle représente désormais 5 % du chiffre d'affaires en GMS, avec une dynamique particulière pour les rhums arrangés ou aromatisés et les vodkas. Enfin, **le marché se polarise**. Sur le whisky en CHR, **la croissance vient du haut de gamme** à l'inverse du rhum qui se développe sur l'entrée de gamme. En discothèque, les alcools blancs dominent et l'ultra-premium progresse.

## L'export fortement pénalisé par les tensions commerciales

En 2025, les exportations françaises de spiritueux reculent à 3,7 milliards d'euros, soit **une baisse inédite de -17,4 % en valeur** et -5,2 % en volume. Cette contraction s'explique principalement par les difficultés rencontrées aux États-Unis et en Chine, les deux premiers marchés d'exportation du secteur.

Le **Cognac**, particulièrement exposé aux conflits commerciaux, enregistre une chute de 23,8 % en valeur et de 14,7 % en volume. L'**Armagnac** recule également de 13 % en valeur, tandis que les autres eaux-de-vie de vin ou de marc perdent 10,3 %. Certaines catégories résistent toutefois mieux, comme le Calvados qui se distingue avec une hausse de 7,3 % de sa valeur exportée.

Début 2026, la tendance reste orientée à la baisse, avec **une perte globale de 13,3% de valeur sur les 4 premiers mois de l'année**. Dans ce contexte incertain, **la diversification des débouchés et la mise en œuvre de nouveaux accords commerciaux** sont des conditions essentielles pour préserver la compétitivité des spiritueux français.

## Un secteur qui appelle à l'attention du Gouvernement

L'enquête de conjoncture économique de la FFS réalisée au cours du premier semestre 2026 est **sans appel** : les entrepreneurs du secteur (dont 95% sont des TPE PME) subissent un contexte économique difficile. **Les coûts de production progressent**, jusqu'à + 50% :

- Sur **l'énergie**, pour 85 % des répondants,
- Sur les **matières premières agricoles**, pour 75 % des répondants
- Sur les **matériaux d'emballage**, pour 87 % des répondants
- Sur le **coût du travail**, pour 86 % des répondants
- Sur les coûts de **transport**, pour 100 % d'entre eux

En parallèle, les négociations commerciales qui se déroulent sur un mode toujours plus agressif, les distributeurs refusant la répercussion de ces hausses pour **96 % de la filière**. En conséquence, **les marges se contractent pour 65 % des entreprises**, nombreuses également à observer une **baisse de leur chiffre d'affaires (57 % d'entre elles)**, et un **affaiblissement de leur trésorerie (69 %)**.

En parallèle, l'accès au **crédit bancaire** pour les besoins en trésorerie est **plus difficile pour un tiers** des entreprises et le **coût des assurances progresse pour 54 %** d'entre elles.

Enfin, le **manque de visibilité** sur l'activité économique constitue un **frein à l'embauche pour 83 %** des entreprises.

**Guillaume Girard-Reydet**, Président de la Fédération Française des Spiritueux, alerte : « *La situation de la filière s'est nettement tendue, notamment avec le ralentissement de l'export, mais aussi du marché domestique. Les entreprises se battent pour préserver l'emploi, les territoires et leurs savoir-faire.*

*Elles ont formulé des propositions concrètes au Gouvernement et attendent désormais un cap clair : un cadre fiscal et réglementaire stable, une vision de long terme et des mesures permettant de soutenir leur compétitivité.*

*Accompagner et soutenir sans ambiguïté la filière des spiritueux dans les arbitrages publics, c'est faire le choix d'un secteur créateur de valeur, attaché au maintien des emplois en France, fortement ancré dans les territoires et porteur du rayonnement de la France dans le monde. »*

## Une filière résiliente qui accélère, en collectif, sa transformation

Au cours de cette Assemblée Générale, la filière française des spiritueux **franchit un cap inédit et lance officiellement sa feuille de route de responsabilité sociétale pour 2026-2030**. Son ambition : **faire du collectif un levier d'accélération** et accompagner toutes les entreprises vers des modèles plus durables.

Fruit d'un an de travail, cette démarche collective fixe des **engagements concrets** autour de 4 priorités : l'amont agricole, les emballages, l'eau et la santé du consommateur. Des indicateurs chiffrés, des échéances, un reporting régulier et des outils opérationnels permettront de mesurer les progrès accomplis.

« *Nous avons décidé de construire cette feuille de route sur un principe directeur : le collectif comme accélérateur* », souligne **Stéphane Cluzet**, co-président de la démarche. « *En partageant les démarches initiées par les plus avancés et en travaillant sous forme d'ateliers collaboratifs ouverts à tous, une démarche puissante, lisible, engageante et efficace a été mise en place.* »

La filière vise notamment une **réduction de 15 % du poids médian de ses emballages** d'ici 2028, **85 % de produits vendus sans emballage secondaire** à cette même échéance, ainsi que **30 % de verre recyclé dans les bouteilles en 2030**. Elle souhaite également que **100 % des entreprises intègrent des critères de durabilité** dans leurs contrats portant sur les matières premières agricoles d'ici 2030.

« *Quelle que soit leur taille, la FFS accompagne toutes les entreprises* », affirme **Emmanuel Delafon**, co-président de la démarche. « *Par son ampleur, ses moyens et son pilotage collectif, cette démarche constitue une initiative particulièrement novatrice pour une filière alimentaire* »

### **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 151 500 emplois dans toutes les régions de France hexagonale et d'Outre-mer. 95% des entreprises sont des TPE-PME. 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](http://www.spiritueux.fr) et sur [LinkedIn](#)**

### **Contact Presse**

Agence Monet

Thibaut Salves – [t.salves@monet-rp.com](mailto:t.salves@monet-rp.com)

Valérie Langlois-Vesperini - [v.langlois@monet-rp.com](mailto:v.langlois@monet-rp.com)