



Sylvie Hénon-Badoinot, présidente de la FFS :

« Inscrits au patrimoine culturel, gastronomique et paysager protégé de la France depuis juillet 2014, les spiritueux constituent une filière d'excellence à la fois économique et culturelle. Evoluant dans un contexte contraignant et soumises à une forte taxation, nos entreprises demeurent très engagées dans la protection de leurs savoir-faire au cœur des territoires mais aussi dans la promotion d'une consommation alliant plaisir et responsabilité. La richesse des 46 catégories qui composent notre secteur, sa contribution élevée à la balance commerciale de la France et sa mobilisation permanente pour une politique de prévention et de modération sont la fierté des petites et grandes entreprises de notre Fédération. »

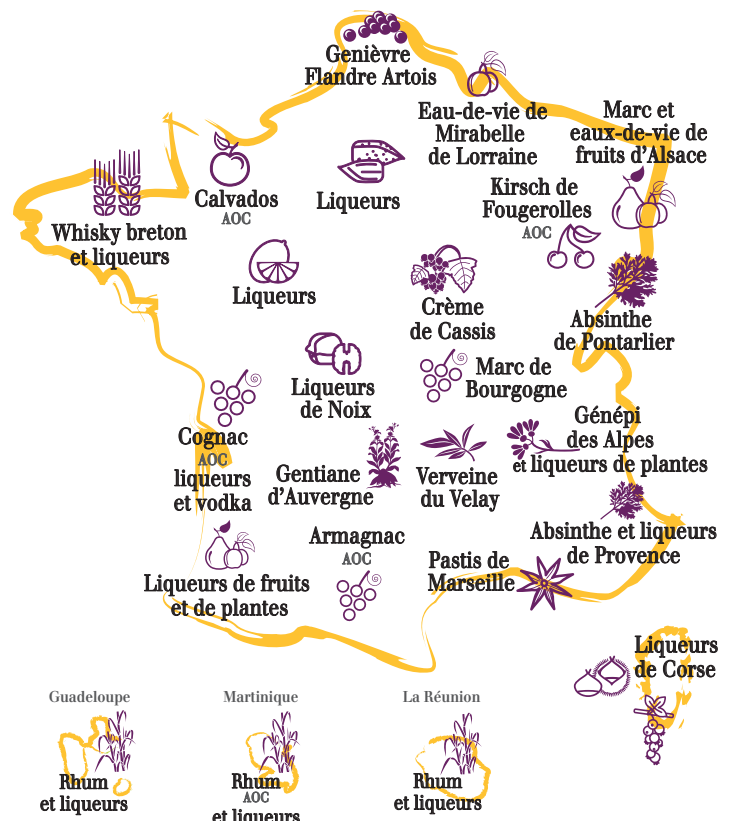
1 | Les spiritueux en France

Les boissons spiritueuses sont des boissons alcoolisées obtenues par distillation, par macération ou par infusion de matières premières agricoles. Leur teneur en alcool est de 15 degrés minimum et certaines sont vieilles en fût. On dénombre 46 catégories principales de spiritueux, toute une palette de saveurs à déguster pures, sur glace, allongées ou en cocktail.

Les chiffres-clés 2014

- **100 000** emplois directs et indirects
- **2 000** micro-distilleries (moins de 10 000 hL volume par an)
- **600 millions de litres** produits en France
- **420 millions de litres** exportés
- **3^{ème} poste excédentaire** de la balance commerciale (vins et spiritueux)
- **Plus de 1 million** de visiteurs annuels (spiritourisme) sur plus d'une centaine de sites de production de spiritueux ouverts au grand public, en métropole et en outre-mer

L'excellence de nos métiers : une passion commune

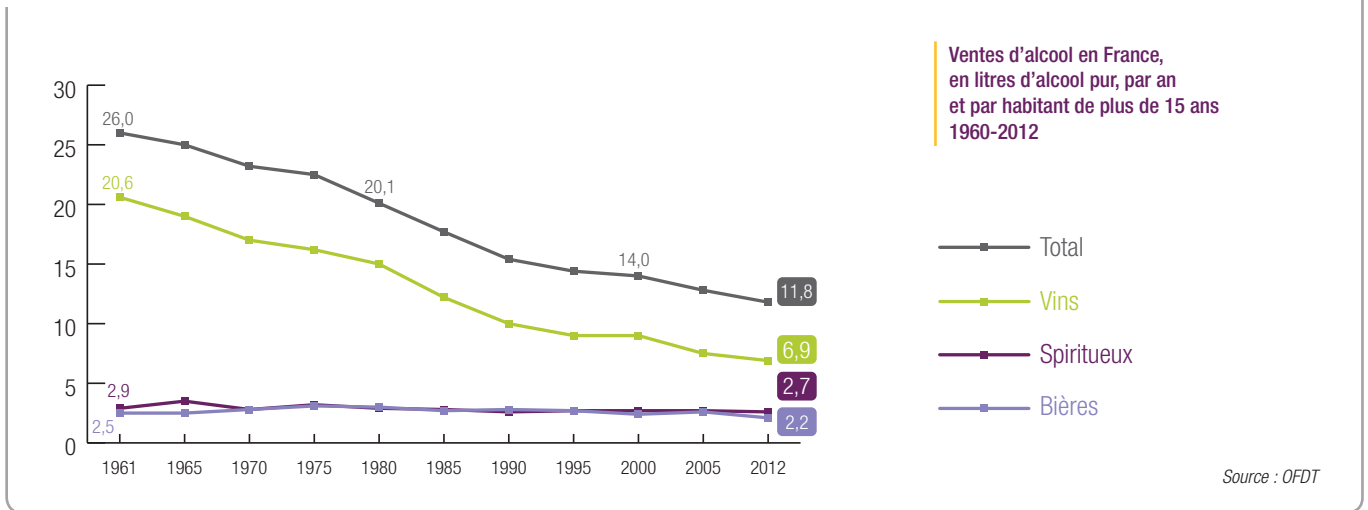


Zoom sur les spiritueux

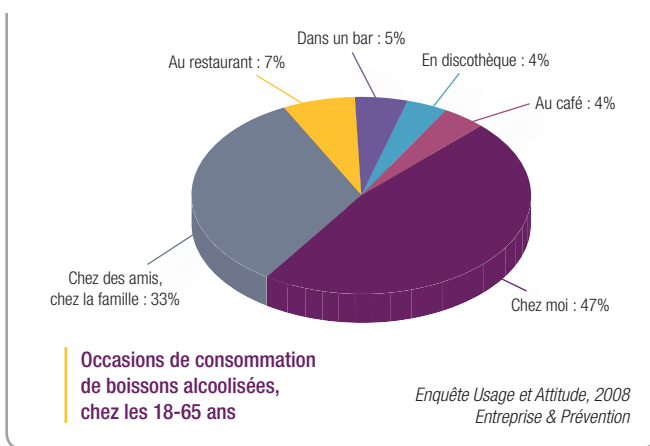
- Boissons d'origine **100% agricole**
- Matières premières utilisées :
 - 110 000 tonnes de fruits
 - 1 600 000 tonnes de raisins
 - 391 000 tonnes de cannes à sucre
 - 77 000 tonnes de céréales

Production des spiritueux en France

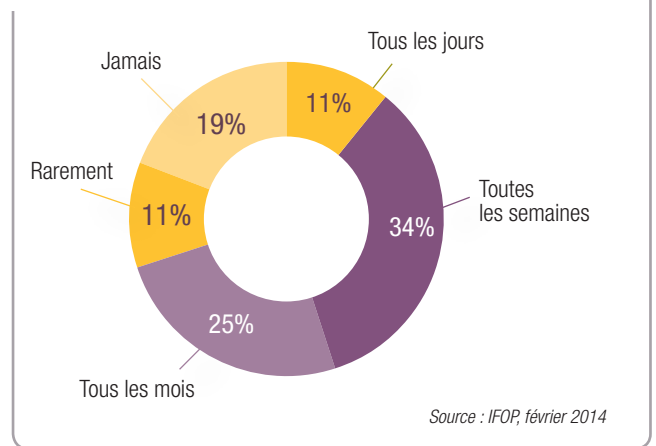
Une consommation de spiritueux stable depuis 50 ans



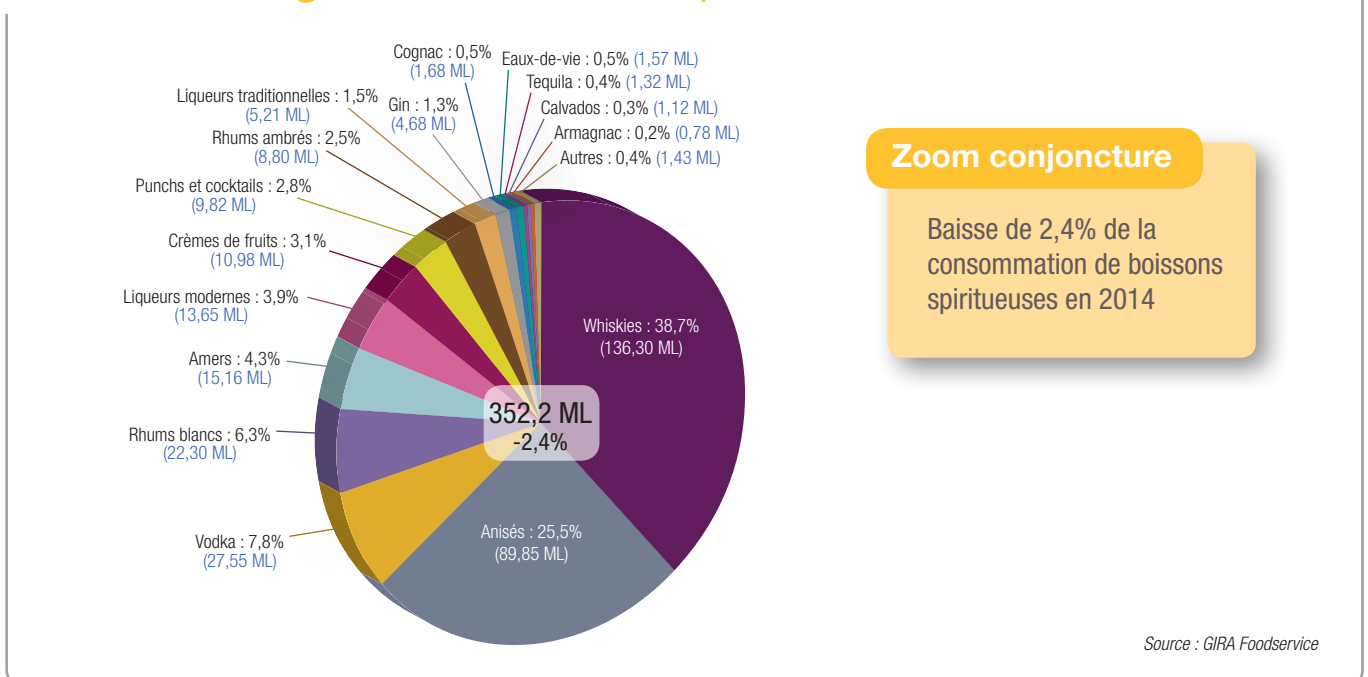
8 consommations sur 10 se font à la maison



Faible fréquence de consommation de boissons alcoolisées

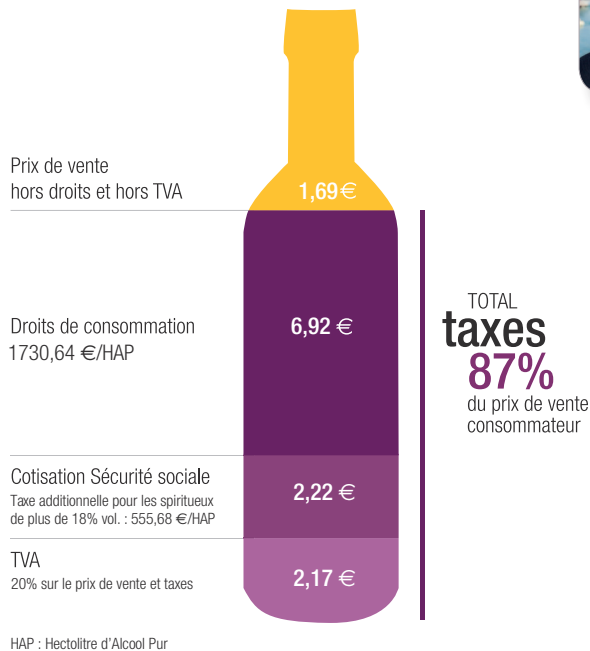


Consommation globale de boissons spiritueuses en 2014



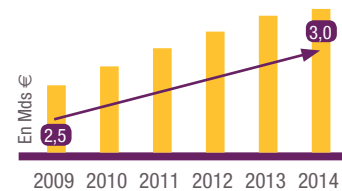
Une pression fiscale qui progresse

Au 1^{er} janvier 2015, décomposition des droits et taxes pour un litre d'un spiritueux à 40% vol. (whisky, liqueur, pastis, etc.) vendu à 13 €.



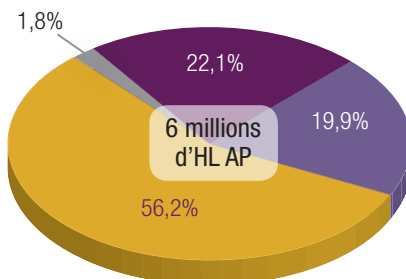
Philippe Savinel, président-directeur général de Ricard SA et de Pernod

« Les boissons spiritueuses subissent malheureusement une fiscalité discriminatoire. Cette surpression fiscale est à la fois inéquitable et injuste ; injuste car seule une infime partie des recettes fiscales est dirigée vers la recherche, la prévention et l'information sur l'abus d'alcool et inéquitable car les boissons spiritueuses qui représentent 22% de la consommation d'alcool, supportent plus de 70% de la pression fiscale. »

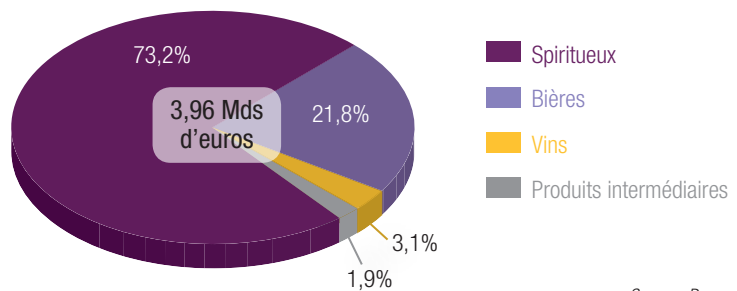


20% d'augmentation des recettes fiscales en 5 ans

Volumes mis à la consommation en 2014 (en alcool pur)



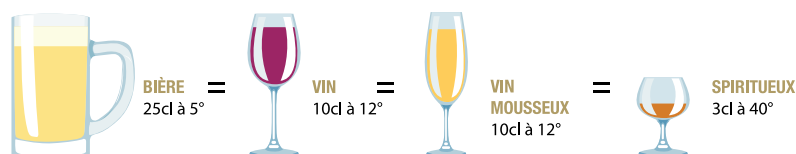
Recettes fiscales 2014



Source : Douanes

Des recettes non affectées à la prévention des risques

- Moins de 0,2% des 3 milliards d'euros de recettes fiscales avant TVA sont alloués à la prévention des comportements à risque.
- La FFS demande une vraie campagne sur les équivalences entre les boissons alcoolisées et sur les seuils de consommation à moindre risque définis par l'OMS (www.2340.fr), efficaces en termes de santé publique.



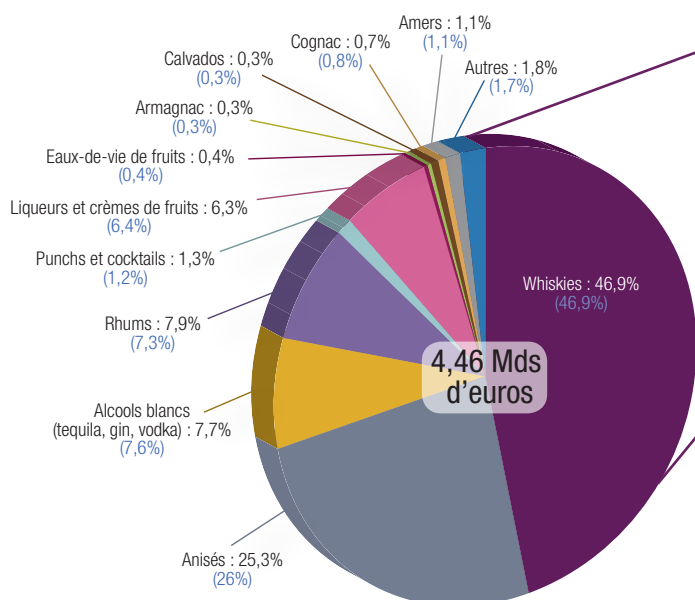
Source : INPES

2 | Ventes en grande distribution*

Les chiffres 2014

- **77,2% des volumes** vendus en **grande distribution**
- **4,46 milliards d'euros** : ventes totales des spiritueux en valeur (+1%)
- **Baisse de 0,6 %** des ventes totales des spiritueux en volume (272 ML)

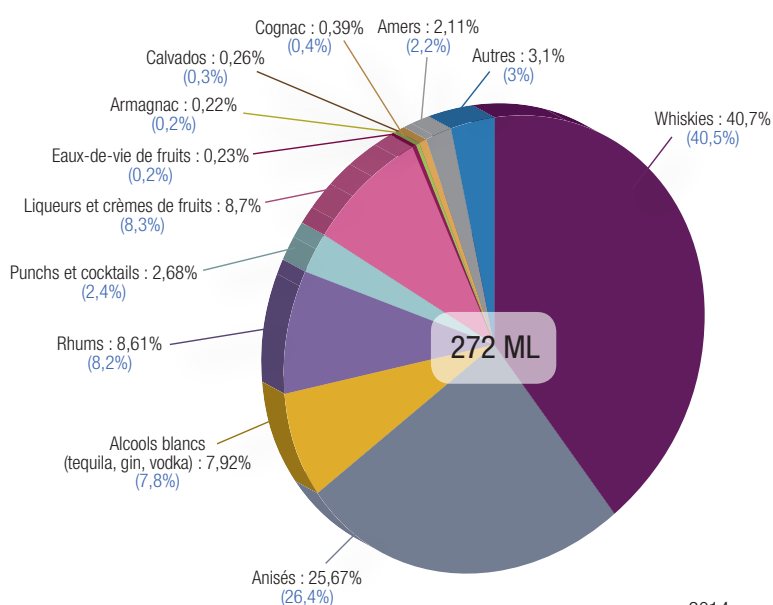
Parts de marché (HM-SM-HD)
en valeur



Zoom sur le whisky

Dans un marché mature qui baisse légèrement en 2014, le whisky représente la première catégorie. Le marché du whisky est en légère progression, les whiskies écossais représentant 90% du marché en volume. Les whiskies américains représentent 6% du marché, le reste se répartissant entre les irlandais, canadiens, français et japonais.

Parts de marché (HM-SM-HD)
en volume



2014
(2013)



Michel Gayraud, directeur général Brown-Forman France

« Le marché des whiskies est en progression sensible, soutenu par la progression de la catégorie premium, les innovations dans le domaine des whiskies aromatisés et la croissance à deux chiffres des whiskies nord-américains. »

*hors départements d'outre-mer

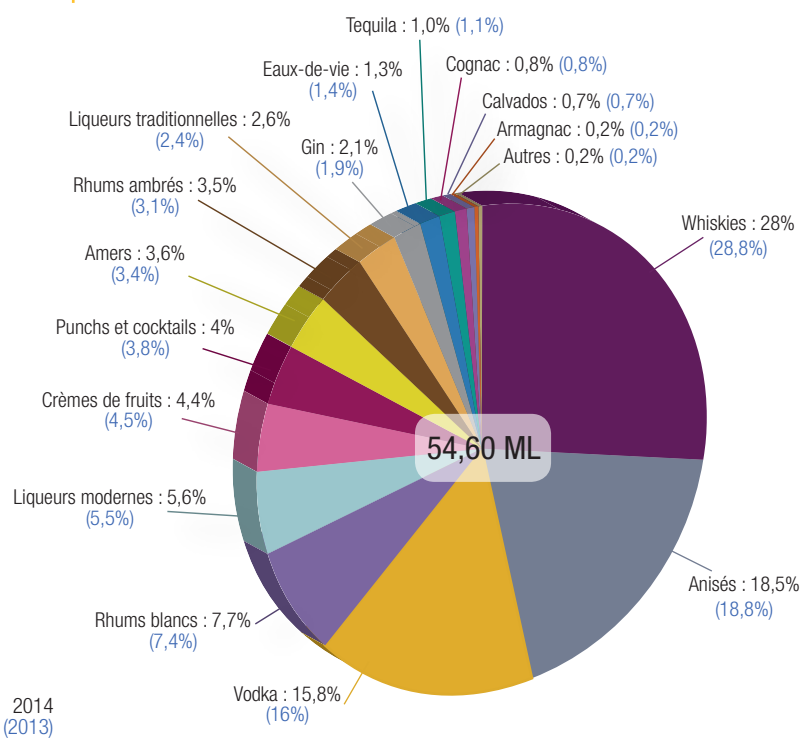
Les chiffres ci-dessus sont intégralement issus du Panel IRI qui prend en compte les ventes en grande distribution [hypermarchés (HM), supermarchés (SM) et hard-discount (HD)], taxes incluses.

3 | Ventes en CHR*

Les chiffres 2014

- **147 635** : nombre total d'établissements
- **54,60 millions de litres** : consommation de spiritueux en CHR (-3,1%)

Consommation de spiritueux en CHR



Le cocktail : créateur de valeurs

Plus de la moitié des Français de 18 à 60 ans consomme des cocktails avec ou sans alcool en CHR dont les principaux sont :

- le Mojito
- la Piña Colada
- le Ti Punch
- une création du barman

(20% des consommateurs français déclarent que le Mojito fait partie des 3 cocktails qu'ils consomment le plus fréquemment en CHR.)



Prix moyen

- d'un cocktail avec alcool : 8,40€
- d'un demi de bière blonde : 2,82€
- d'une coupe de champagne : 8,70€

Source : Etude Cocktail CGA-Nielsen 2014 selon une enquête juin 2013

2014
(2013)



Edith Giffard, directrice générale déléguée des Liqueurs Giffard

« Le CHR, lien social et lieu de convivialité par excellence, se renouvelle avec le développement des bars "tendance cocktails". Spiritueux de qualité et particulièrement liqueurs françaises, fierté de nos entreprises jusqu'au bout du monde, s'y mélangent avec noblesse. »

*Ventes en CHR (cafés-hôtels-restaurants) : hors domicile

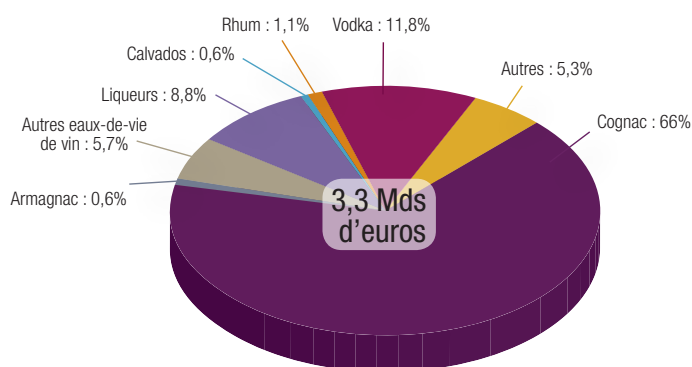
Les chiffres ci-dessus sont intégralement issus de l'étude Les Spiritueux dans le CHR - France 2014, réalisée par GIRA Foodservice.

4 | Un savoir-faire qui s'exporte

Les chiffres 2014

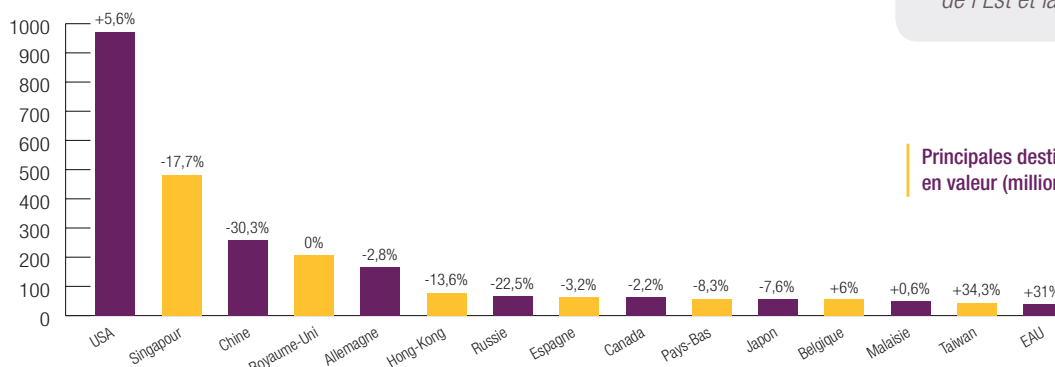
- **En valeur :**
3,3 milliards d'euros (-5,3%)
- **En volume :**
419,6 millions de litres (-1,6%)
- **3^{ème} poste excédentaire** de la balance commerciale (vins et spiritueux)

Répartition des exportations de spiritueux en valeur

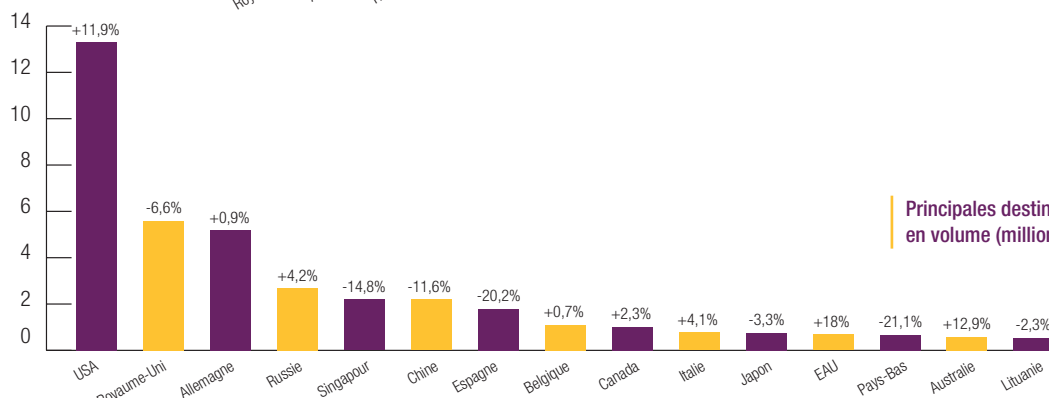


Didier Bédu, président de l'Interprofession des Appellations Cidricoles (IDAC)

« Depuis 20 ans, les ventes de Calvados n'ont cessé de progresser à l'exportation à un rythme modéré. En dehors de ses zones traditionnelles (Benelux, Allemagne, Suisse), notre produit connaît aujourd'hui un engouement spectaculaire dans toute la Scandinavie, les Pays d'Europe de l'Est et la Russie. »



Principales destinations des exportations de spiritueux en valeur (millions d'euros)



Principales destinations des exportations de spiritueux en volume (millions de caisses)

Source : Douanes / Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux

La Fédération Française des Spiritueux

Créée en 1996, la Fédération Française des Spiritueux (FFS) est un syndicat professionnel composé de producteurs et 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 et des groupes à vocation internationale).