

LE MARCHÉ DES BOISSONS ALCOOLISÉES AU ROYAUME-UNI

NOTE SECTORIELLE



COPYRIGHT

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation de la Chambre de Commerce Française de Grande-Bretagne.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

La présente publication a uniquement une valeur informative. Bien que l'objectif de la Chambre de Commerce Française de Grande-Bretagne soit de diffuser des informations actualisées et exactes, elle ne peut cependant garantir l'exhaustivité, l'exactitude ou l'actualisation des informations publiées, mais s'efforcera de corriger, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées.

Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.

AUTEUR

Chambre de Commerce Française de Grande-Bretagne
Lincoln house
300 High Holborn
London WC1V 7JH

RÉDIGÉ PAR

Anne-Laure Albergel

DATE DE LA DERNIÈRE MISE À JOUR

17/07/2014

SOMMAIRE

1.	Le marché des boissons alcoolisées au Royaume-Uni	3
2.	Le marché de la bière	5
3.	Le marché du vin	8
4.	Le marché des spiritueux et liqueurs	12
5.	La réglementation	17
6.	Les associations professionnelles	18
7.	Les salons professionnels	19
	Pour aller plus loin avec le département « Appui aux Entreprises » de la Chambre de Commerce Française de Grande-Bretagne	20

1

LE MARCHÉ DES BOISSONS ALCOOLISÉES AU ROYAUME-UNI

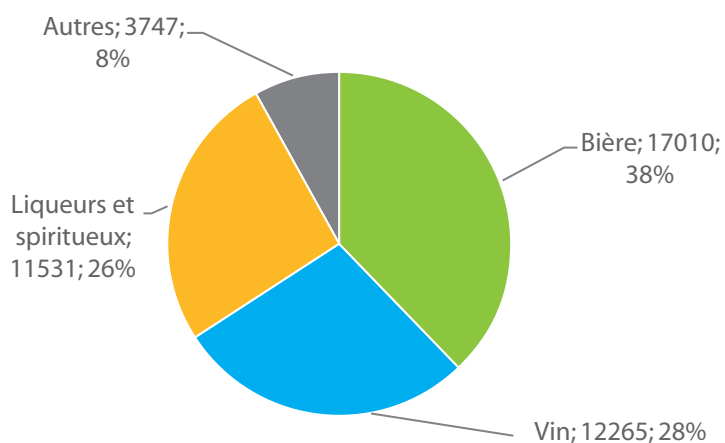
1.1. Données générales

Cette note sectorielle traite des trois sous-secteurs constitutifs du marché des boissons alcoolisées :

- bière
- vin
- liqueurs et spiritueux

Selon Keynote, en 2012, le marché britannique des boissons alcoolisées affichait une valeur de £44.55bn. Le graphique ci-dessous présente la part de chaque sous-secteur.

Part de chaque sous-secteur du marché des boissons alcoolisées britanniques en 2012 (£ millions)



Source : Keynote, 2013.

1.2. Les circuits de distribution

Au Royaume-Uni, les boissons alcoolisées sont distribuées via deux canaux principaux :

- le *off-trade* : supermarchés, magasins *off-licence* (autorisés à vendre de l'alcool) et autres points de vente où l'alcool n'est pas consommé sur place.

Les supermarchés Tesco, Sainsbury's, ASDA et Morrisons sont leaders sur ce réseau.

Majestic Wine est le détaillant spécialisé le plus important avec près de 200 magasins.

- le *on-trade* : les pubs, restaurants, bars et cafés où l'alcool est consommé sur place.

2

LE MARCHÉ DE LA BIÈRE

Bien qu'une lager et une bière soient deux boissons différentes, le terme générique de « bière » est utilisé au Royaume-Uni pour désigner les deux types de boisson. Dans cette note, nous distinguerons la lager (bière légère et pétillante) et la *dark beer* (bière brune plate).

Le marché britannique de la bière est bien établi puisque les *dark beers* en particulier font partie de la culture locale. La plupart de ces bières sont brassées localement alors que lagers sont produites par des multinationales.

En 2012, le marché britannique de la bière représentait £17.01bn, en diminution de 6,9% par rapport à 2008. Durant la période, les ventes de lager sont restées relativement stables ; maintenant les parts de marché aux alentours de 70% (72,9% en 2008 et 70,9% en 2012). Les ventes de *dark beers* ont profité de la crise puisque leur prix de vente est généralement plus faible que celui des lagers.

Evolution des ventes de bière entre 2008 et 2012 (£ millions)



Les principales marques de lager sont les suivantes :

MARQUE	PRODUCTEUR	DESSCRIPTIF
<i>Lagers premium</i>		
Stella Artois	AB InBev	Lager belge
Kronenbourg 1664	Heineken	Lager française
Budweiser	AB InBev	Bière américaine
Corona	Molson Coors	Bière mexicaine
Beck's	AB InBev	Bière allemande
<i>Super lagers</i>		
Carlsberg Special Brew	Carlsberg	Bière danoise très forte
Lefte	AB InBev	Bière belge
<i>Lagers super-premium</i>		
Beck's Vier	AB InBev	Bière allemande
Stella Artois 4%	AB InBev	Bière française rétro
<i>Lagers standard</i>		
Carling	Molson Coors	La plus populaire au Royaume-Uni – originaire du Canada
Carlsberg	Carlsberg	Brassée au Royaume-Uni – originaire de Copenhague

Source : Keynote, 2013.

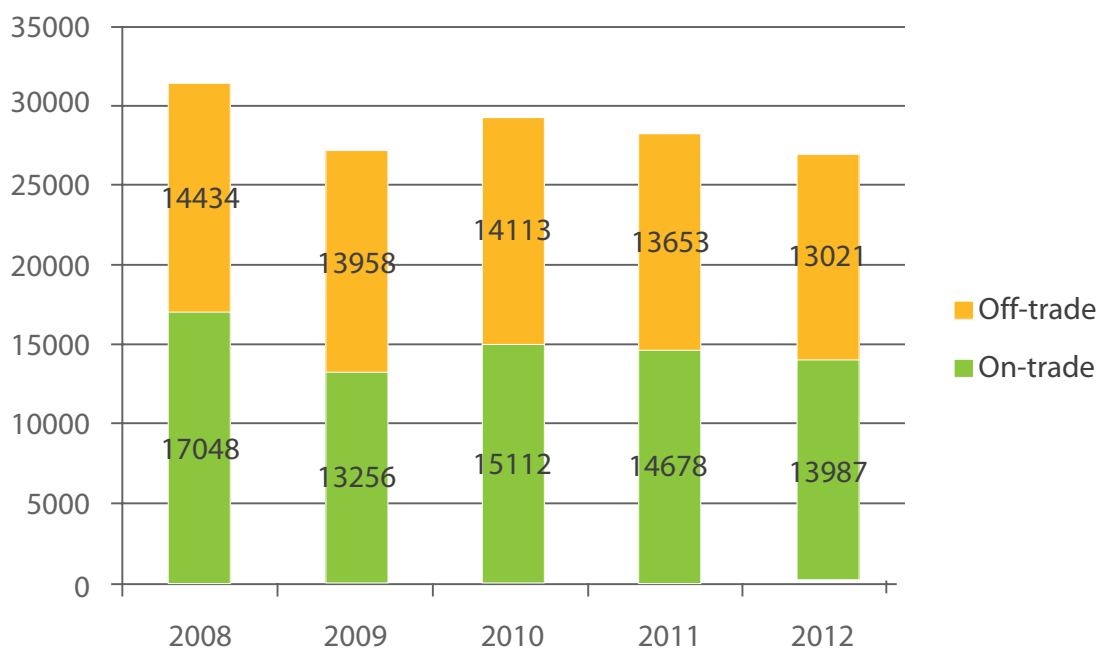
Les principales marques de *dark beers* en 2013 sont les suivantes :

MARQUE	PRODUCTEUR	DESSCRIPTIF
<i>Dark beers premium</i>		
Abbot Ale	Greene King	Bière du Suffolk
Bishops Finger	Shepherd Neame	Bière du Kent
Bombardier	Wells and Young's	Origines belges
Hobgoblin	Marston's	Bière aux notes de chocolat – originaire du Oxfordshire
<i>Dark beers standard</i>		
Boddingtons	AB InBev	Bière gold – originaire de Manchester
Greene King IPA	Greene King	Bière du Suffolk

Source : Keynote, 2013.

En termes de volume, les ventes sont à la baisse. Elles ont ainsi chuté de 14,2% entre 2008 et 2012. Les ventes *on-trade* ont diminué de 18% et les ventes *off-trade* de 10%. Les volumes de ventes diminuent donc et les prix augmentent.

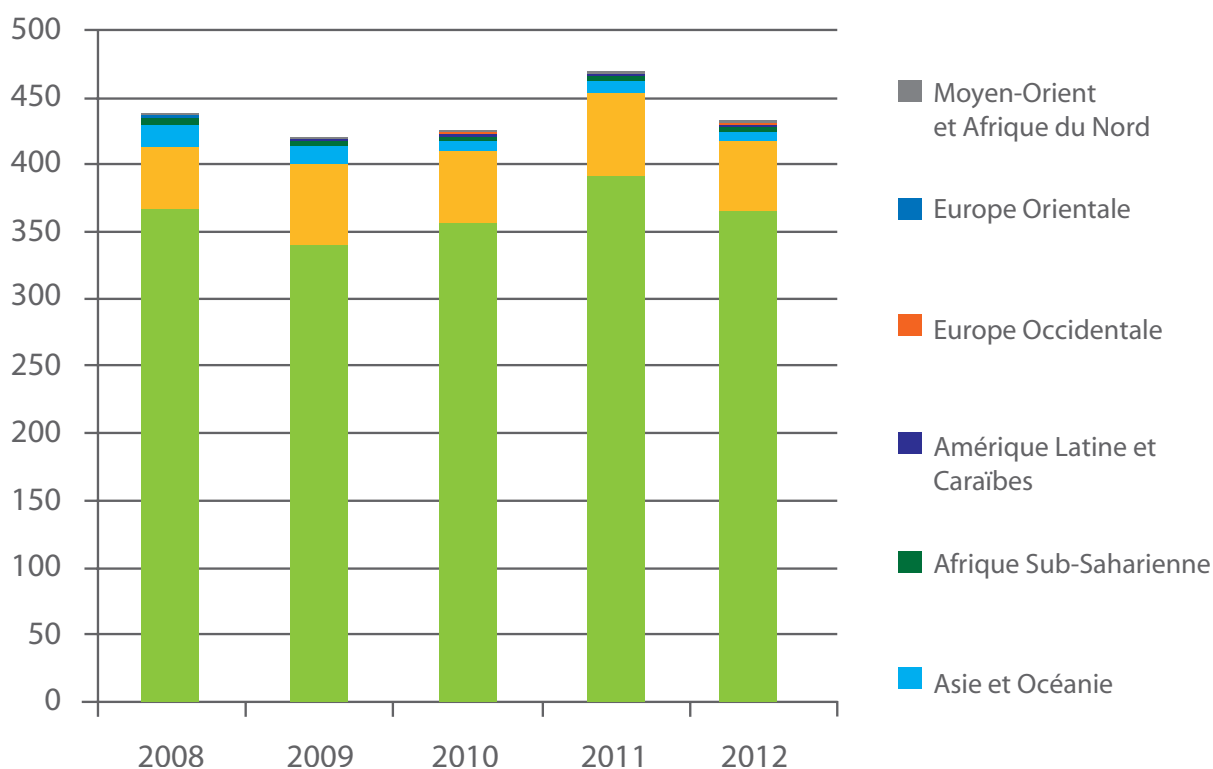
Evolution des ventes de bière entre 2008 et 2012 (milliers de fûts)



Source : Keynote, 2013.

En termes d'importations, comme le montre le graphique ci-dessous, l'Europe est le principal fournisseur du Royaume-Uni avec, en 2012, 366 millions de litres vendus

Evolution des importations de bière au Royaume-Uni en volume entre 2008 et 2012 (millions de litres)



Source : Keynote, 2013.

3

LE MARCHÉ DU VIN

Cette note traite des vins ayant un volume d'alcool – alcohol by volume (ABV) – compris entre 1,2% et 15%.

Bien que le vin soit très populaire au Royaume-Uni, le pays est un faible producteur, ce qui en fait un grand importateur. L'offre est donc très variée.

Le marché peut être analysé selon les critères suivants :

- couleur : rouge, blanc, rosé
- carbonation : pétillant, plat
- autres : pays d'origine, région d'origine, variété et degré alcoolique

3.1. Les tendances de consommation

Vers des vins premium : les consommateurs achètent de plus en plus des vins de qualité en quantité plus réduite. Ainsi, les bouteilles vendues moins de £5 l'unité sont de moins en moins prisées. On trouve dans les supermarchés, de plus en plus de bouteilles à £10 l'unité. Tesco a même un site internet dédié à la vente de vin (*Wine by the case*) qui proposait, en mai 2013, une caisse de Château Lafite Rothschild à £4 800.

Champagne et vins pétillants : le champagne a souffert de la crise économique ce qui a profité aux substituts moins coûteux comme le Prosecco et le Cava. La consommation d'autres vins pétillants est en revanche en hausse (Jacob's Creek, Blossom Hill, Lambrini). Ainsi, 5 millions de britanniques consomment du vin pétillant au moins une fois par semaine.

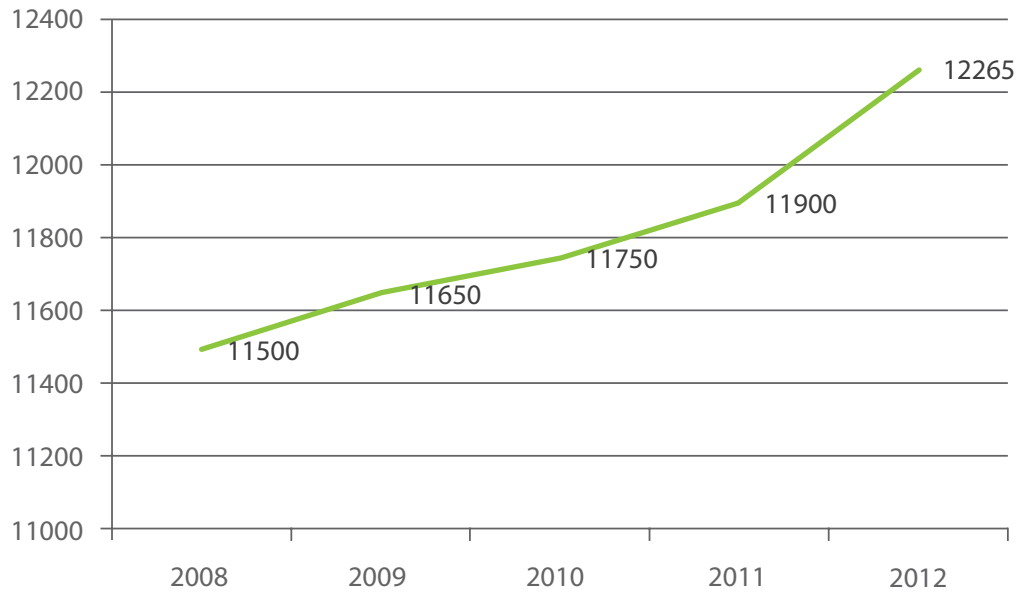
Vins naturels et biologiques : sont de plus en plus mis en avant pas les médias et ont des consommateurs fidèles.

Dine in for two : Tesco et Marks and Spencer ont lancé ce concept de formule repas tout prêt pour deux personnes comportant des plats cuisinés : entrée, plat, dessert et une bouteille de vin le tout pour £10. Ce type d'offre est très populaire et contribue au développement des ventes de vin.

Le marché du vin représentait £12.27bn en 2012, en progression de 3,1% par rapport à 2011. Le graphique

ci-dessous montre l'évolution de ce secteur entre 2008 et 2012.

Evolution des ventes de vin en valeur entre 2008 et 2012 (£millions)

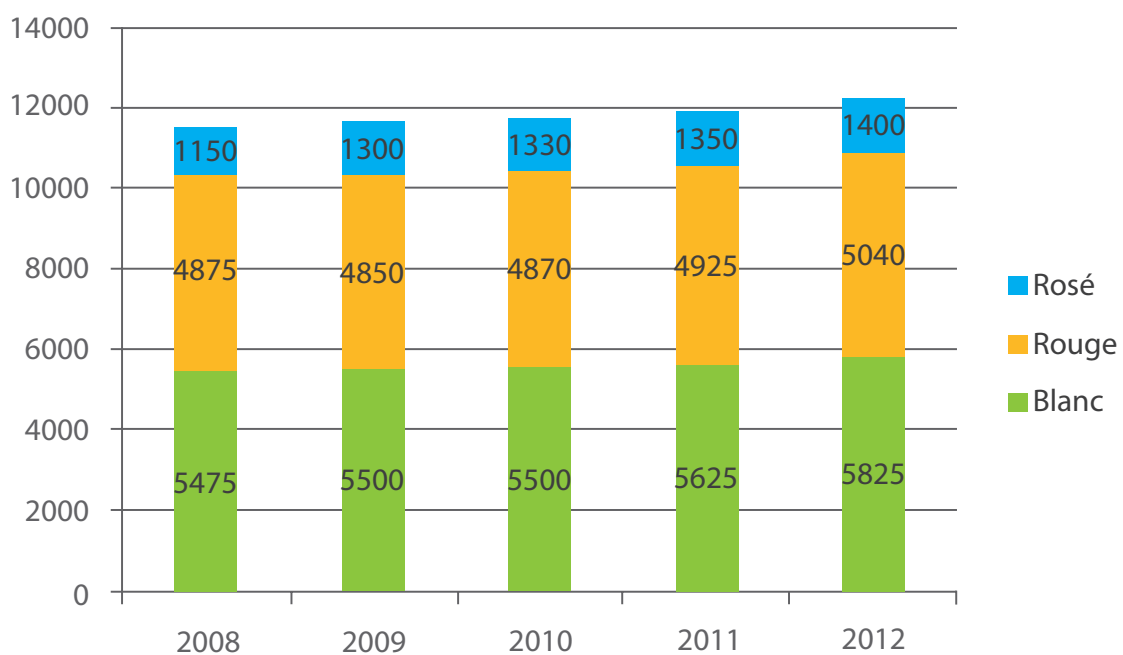


Source : Keynote, 2013.

3.2. Etude par couleur

Entre 2008 et 2012, le chiffre d'affaires généré par les vins blancs est passé de £5.48bn à £5.83bn, soit une augmentation de 6,4%. Les ventes de vin rouge ont cru de 3,4% pour atteindre £5,04bn. Enfin, les ventes de vin rosé ont connu la plus forte croissance (21,7%) et ont atteint £1.4bn. Le graphique ci-dessous présente l'évolution de chaque catégorie.

Evolution des ventes de chaque catégorie de vin entre 2008 et 2012 (£ millions)



Source : Keynote, 2013.

3.3. Etude par type de carbonation

Les vins plats sont majoritaires en termes de ventes. Toutefois, les ventes de vins pétillants sont en croissance depuis 2009 comme le montre le graphique ci-dessous.

Evolution des ventes de vins par type de carbonation entre 2008 et 2012 (£ millions)



Source : Keynote, 2013.

3.4. Etude par origine et cépage

3.4.1. Origine

Le tableau ci-dessous présente la popularité des vins en fonction de leur pays d'origine. Ainsi, parmi les vins du vieux continent, les vins français sont les plus populaires. Concernant les vins du nouveau monde, il s'agit des vins Australiens.

Vins achetés le plus fréquemment par les Britanniques en 2012

ORIGINE	PORCENTAGE DE CONSOMMATION
<i>Vieux Continent</i>	
France	16,7%
Italie	13,5%
Espagne	10,6%
Allemagne	4,7%
Royaume-Uni	4%
<i>Nouveau Monde</i>	
Australie	20,2%
Afrique du Sud	12,7%
Californie	12,3%
Chili	11,7%

Source : Keynote, 2013.

3.4.1. Cépage

Les cépages les plus appréciés des Britanniques sont les suivants :

- Cabernet Sauvignon
- Chardonnay
- Merlot
- Pinot Gris
- Pinot Noir
- Sauvignon Blanc

4

LE MARCHÉ DES SPIRITUEUX ET LIQUEURS

Les principaux segments considérés dans cette note sont les suivants :

- Scotch whisky
- Whiskey importé et anglais
- Brandy et cognac
- Vodka
- Gin
- Rhum
- Liqueurs et spécialités

4.1. Définitions

Scotch whisky : (plus souvent appelé Scotch) correspond au whisky produit en Ecosse à partir de malt ou de céréales. Il existe cinq catégories de Scotch whisky : single malt, blended malt, single grain, blended grain et blended.

Les principales marques de Scotch whisky sont les suivantes : Johnnie Walker, Bell's et J&B, produites par le géant des boissons Diageo.

Whiskey importé et anglais : « whisky » s'écrit « whiskey » lorsqu'il fait référence à d'autres whiskeys que le Scotch. Il est produit à partir de la fermentation de différentes céréales notamment l'orge, l'orge maltée, le seigle, le seigle malté, le blé et le maïs.

La production de whiskey a cessé en Angleterre au 19^{ème} siècle pour reprendre en 2003. Le pays compte trois distilleries : The London Distillery Company, St George's Distillery et The Lakes Distillery. Jack Daniel's Tennessee Whiskey est l'une des marques américaines les plus populaires au Royaume-Uni.

Vodka : issue de la distillation de produits fermentés comme des céréales, des molasses, des pommes de terre ou des fruits. Ces produits sont ajoutés aux ingrédients principaux que sont l'eau et l'éthanol. Les principales marques de Vodka sont les suivantes : Smirnoff, Absolut et Grey Goose.

Gin : utilisé comme médicament au Moyen-Age, le gin est un alcool aromatisé avec des baies de genièvre dont le volume est au minimum de 37,5%. Les catégories de gin incluent le gin, le gin distillé et le London gin. Les principales marques de gin sont les suivants : Tanqueray No.10, BLOOM London Dry Gin et Bols Genever.

Brandy et Cognac : le brandy est principalement produit en France à partir de la distillation de vin (de raisin) et son volume d'alcool se situe entre 35% et 60%. Il peut aussi être produit à partir de la fermentation d'autres fruits (pommes, pêches, etc.), il est alors appelé eau-de-vie. Le Cognac est un Brandy produit dans la région de Cognac exclusivement. Les principales marques de Cognac sont Courvoisier, Martell, Remy Martin et Hennessy.

Rhum : produit à partir de dérivés de la canne à sucre comme les molasses ou de jus de canne à sucre, il est issu des processus de fermentation puis de distillation. Il existe trois catégories de rhum : blanc (principales marques : Bacardi, Malibu et Havana Club), ambré ou brun.

Tequila : principalement produite dans l'état mexicain de Jalisco, près de la ville Tequila, à partir de sève fermentée d'agave bleue. Le leader du marché est la marque Jose Cuervo (distribuée par Diageo).

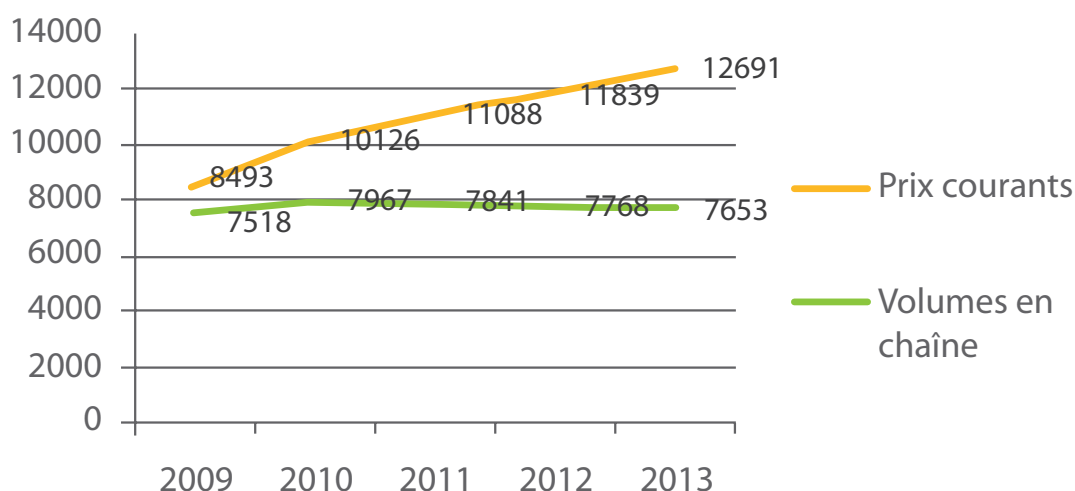
Liqueurs : correspondent à un large panel de spiritueux dont le point commun est le mélange entre le sucre et des arômes. Les principales marques de liqueurs au Royaume-Uni sont les suivantes : Tia Maria, Bailey's Irish Cream, Kahlua et Amaretto.

Ready-to-Drink (prêt-à-boire) : cocktails pré-préparés. Les principales marques sont : Smirnoff Ice, WKD et Bacardi Breezer.

4.1. Définitions

Le graphique ci-dessous présente l'évolution du marché des spiritueux et liqueurs entre 2009 et 2013. D'une valeur de £8.49bn en début de période, il est passé à £12.69bn en 2013, soit une augmentation de 49,4%. Cette hausse est principalement due à l'augmentation du prix des matières premières et des taxes (introduction de l'Alcohol Duty Escalator en 2008).

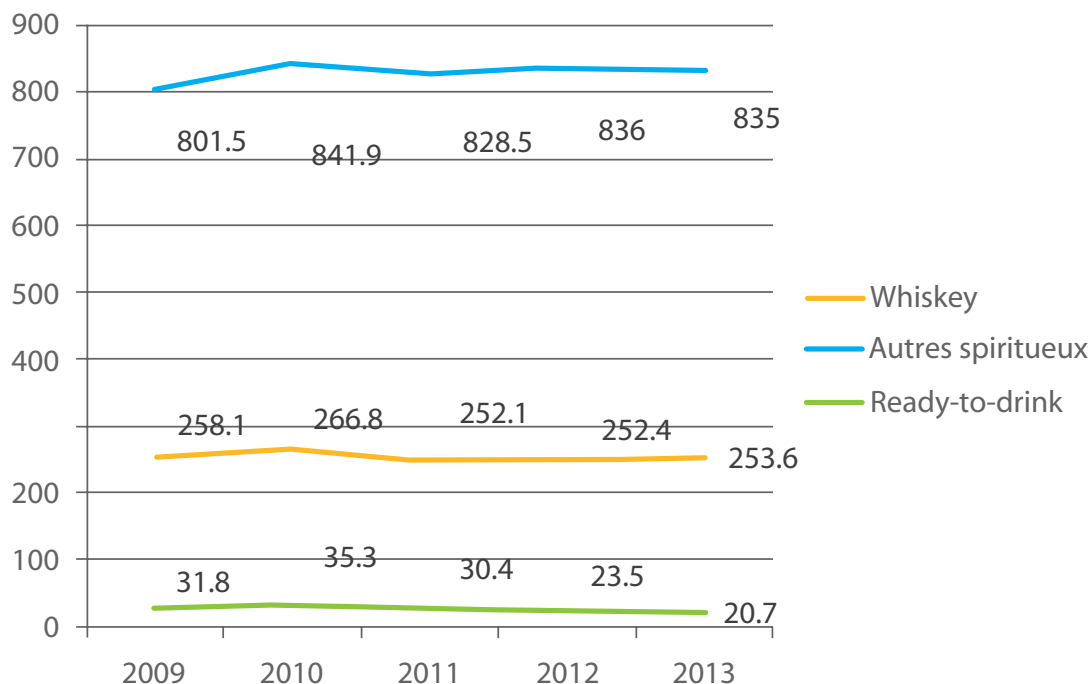
Evolution du marché des liqueurs et spiritueux en valeur entre 2009 et 2013 (£ millions)



Source : Keynote, 2014

Le graphique ci-dessous présente l'évolution du marché des liqueurs et spiritueux en volume entre 2009 et 2013. Le segment principal est celui du Whiskey (22,9%).

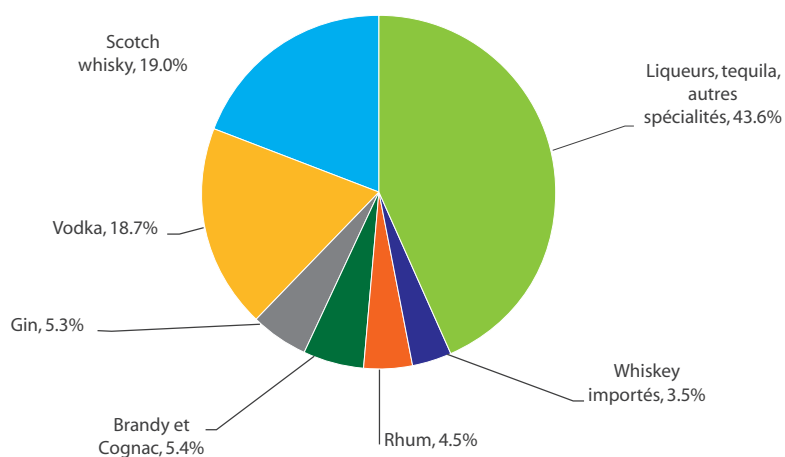
Evolution des ventes de liqueurs et spiritueux en volume entre 2009 et 2013 (milliers d'hl)



Source : Keynote, 2014

Enfin, le graphique ci-dessous représente la part relative de chaque segment en valeur en 2013.

Part de chaque segment du marché des liqueurs et spiritueux en 2013 (valeur)



Source : Keynote, 2014

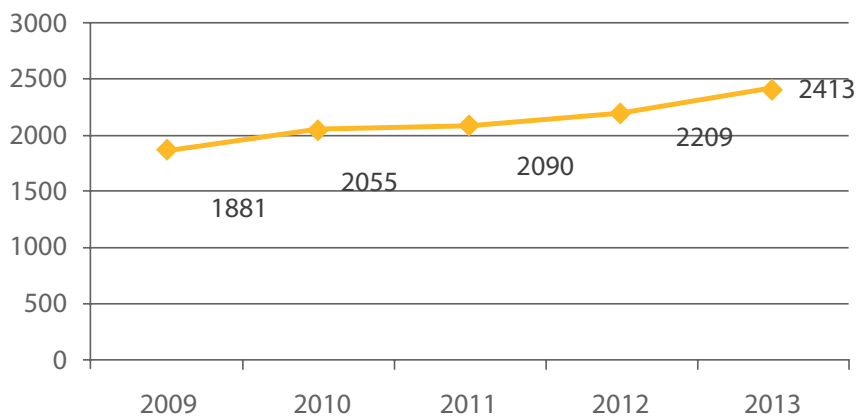
Keynote estime que le marché devrait continuer à croître entre 2014 et 2018 d'environ 20%. Les ventes devraient ainsi passer de £13.3m à £15.9m.

4.3. Données par segment

4.3.1. Scotch whiskey

Ce segment, qui représente environ 20% du marché des liqueurs et spiritueux, a connu une croissance progressive entre 2009 et 2013. Il représentait £2.41bn en 2013, en augmentation de 9,2% par rapport à l'année d'avant.

Part de chaque segment du marché des liqueurs et spiritueux en 2013 (valeur)

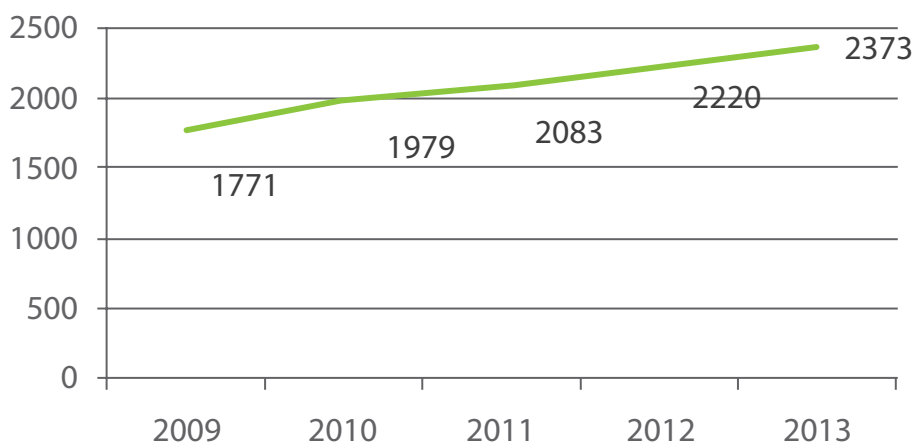


Source : Keynote, 2014

4.3.2. Vodka

Deuxième segment le plus important en valeur (environ 20% du marché des liqueurs et spiritueux), celui de la vodka a également connu une croissance progressive durant la période 2009-2013 passant de £1.77bn à £2.37bn.

Evolution du segment de la vodka entre 2009 et 2013 (£ millions)

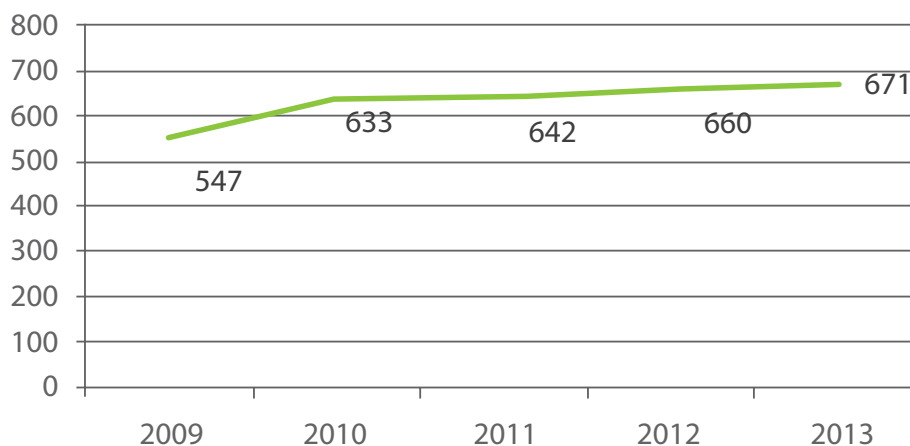


Source : Keynote, 2014

4.3.3. Gin

Le segment du gin a connu une forte croissance en volume entre 2009 et 2010 (15,7%) puis a continué à progresser moins spectaculairement jusqu'à 2013 où il a atteint £671m.

Evolution du segment du gin entre 2009 et 2013 (£ millions)

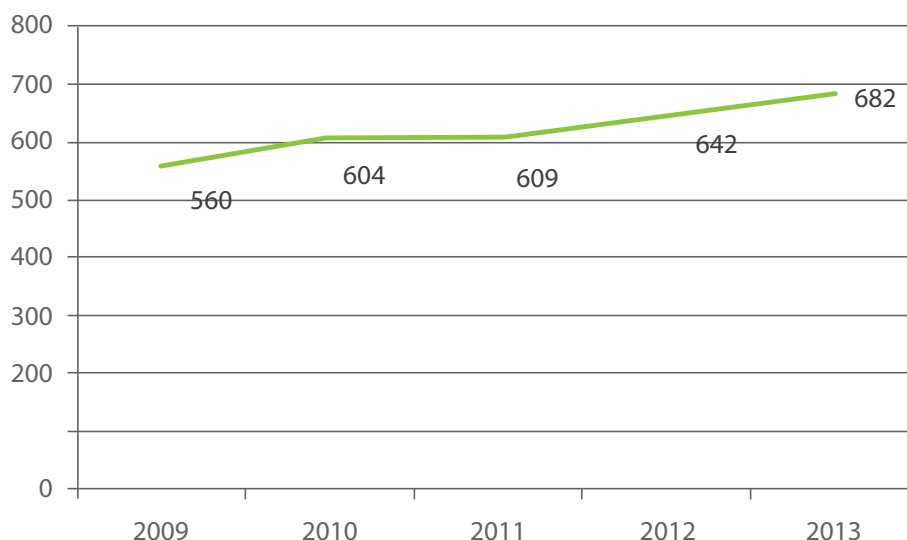


Source : Keynote, 2014

4.3.4. Brandy et Cognac

Ce segment représente environ 5% du marché des liqueurs et spiritueux. Il a connu une croissance de 21,8% entre 2009 et 2013 où il a atteint la valeur de £682m.

Evolution du segment du brandy et Cognac entre 2009 et 2013 (£ millions)



Source : Keynote, 2014

4.3.5. Les autres segments

Les trois autres segments restants sont ceux du rhum, du Whiskey importé et des liqueurs, Tequila et autres spécialités. En 2013, ils représentent respectivement 4,5%, 3,5% et 3,5% du marché des liqueurs et spiritueux. Ils sont tous les trois en croissance sur la période 2009-2013.

5

LA REGLEMENTATION

Le marché est très régulé au niveau de la production, de l'étiquetage et de la distribution. Le texte de référence Européen est le suivant : *European Council and Commission Wine Regulations*. Il couvre les obligations relatives à toutes les étapes de la chaîne de production, jusqu'aux modalités d'importations en provenance des pays hors-UE. La réglementation locale, *The Wine Regulations 2011*, reprend les règles des European Council and Commission Wine Regulations et les organes de surveillance sont les suivants : Defra (Department for Environment, Food and Rural Affairs), HMRC (Her Majesty Revenue and Customs) et les autorités locales (pour la partie liée à la distribution).

La production, l'étiquetage, l'emballage et la promotion relatifs au Scotch whisky sont régulés par les *Scotch Whisky Regulations 2009*, entrées en vigueur en novembre 2009.

Le UK Duty Stamps Scheme

Le *UK Duty Stamps Scheme* s'applique à toutes les bouteilles de vin ou spiritueux dont le degré d'alcool est supérieur à 30% et dont la capacité est de 35 cL minimum. La présence d'un *Duty Stamps* indique que la taxe a été payée ou doit être payée sur le contenu de la bouteille.

Pour obtenir des *Duty Stamps*, il faut s'enregistrer au HM Revenue & Customs (équivalent du fisc français). Il est possible de s'enregistrer en ligne grâce à ce lien :

<https://customs.hmrc.gov.uk/dutyStampPortalWebApp/dutyStamp.portal>

Toutes les bouteilles doivent porter un *Duty Stamp* lorsqu'elles passent le point de contrôle britannique des produits soumis à accises et qu'elles sont diffusées sur le marché anglais. Elles doivent être étiquetées avant d'être exportées.

Les droits d'accises

Des droits d'accise s'appliquent et sont exprimés en tant que montant monétaire par hectolitre de vin importé et/ou par degré d'alcool. C'est la *directive 92/83/CEE* concernant les structures des droits d'accise sur l'alcool et les boissons alcooliques qui définit les catégories d'alcool et de boissons alcooliques soumises à accises et la méthode de calcul de l'accise.

Pour plus d'informations concernant les droits d'accise au Royaume-Uni, veuillez consulter : <http://www.hmrc.gov.uk/rates/alcohol-duty.htm>

6

LES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES

The British Beer and Pub Association (www.beerandpub.com) : association professionnelle représentant les brasseurs et pubs.

The Wine and Spirit Trade Association (www.wsta.co.uk) : association professionnelle représentant plus de 340 entreprises produisant, important, exportant, transportant ou vendant des vins et spiritueux.

7

LES SALONS PROFESSIONNELS

Imbibe Live : <http://live.imbibe.com>

1-2 juillet 2014 (dernière date) - Olympia, Londres

Imbibe Live est le salon de référence dans le domaine des boissons alcoolisées. Il attire chaque année plus de 9 000 professionnels du secteur. Le programme de cet événement présente plus de 70 sessions de dégustations, discussions et démonstrations menées par des experts du secteur.

International Food and Drink Exhibition : www.ife.co.uk

22-25 mars 2015 – ExCeL, Londres

Plus de 1 100 fournisseurs, distributeurs et producteurs du secteur agroalimentaire du monde entier exposeront à l'IFE en mars prochain. Le salon est subdivisé en 9 sections : Spécialités Régionales Britanniques et Irlandaises, Fromage et Produits Laitiers, Viande et Produits de la Mer, « Walk the World », Boulangerie et Confiserie, Ingrédients, Santé et Bien-être, Boissons et Alimentation Générale.

London Wine Fair : <http://2015.londonwinefair.com>

18-20 mai 2015 - Olympia, Londres

La London Wine Fair a comptabilisé 780 exposants (distributeurs, agents, marchés de niche, etc.) en 2014 (soit 50% de hausse par rapport à 2013) et a enregistré plus de 11 200 visiteurs (*on-trade* et détaillants indépendants).

Pour aller plus loin avec le département « Appui aux Entreprises » de la Chambre de Commerce Française de Grande-Bretagne

L'équipe du service « Appui aux Entreprises » de la Chambre de Commerce Française de Grande-Bretagne vous propose une offre sur mesure pour vous accompagner sur le marché des boissons alcoolisées au Royaume-Uni, et vous aide à identifier les opportunités que ce marché représente pour vous.

Appui Commercial

Sabrina Mimid

Directeur Développement

t : + 44 (0) 207 092 6626

e : smimid@ccfgb.co.uk

Anne-Laure Albergel

Chef de Projet

t : + 44 (0) 207 092 6628

e : aalbergel@ccfgb.co.uk

Aperçu de nos prestations :

Listes de contacts • Etudes de Marché • Etudes de faisabilité • Approches Test Marché • Organisation de programmes de RDV • Business Centre

Appui à l'implantation

Irène Regnier

Coordinatrice Implantation

t : + 44 (0) 207 092 6606

e : iregnier@ccfgb.co.uk

Camille Blin

Coordinatrice Implantation

t : + 44 (0) 207 092 6630

e : cblin@ccfgb.co.uk

Aperçu de nos prestations :

Journée implantation sur mesure • Création de filiale • Domiciliation • Gestion administrative et comptable de filiales • Gestion salariale

Recrutement

Véronique Revington

Directrice du service

t : + 44 (0) 207 092 6624

e : vrevington@ccfgb.co.uk

Aperçu de nos prestations :

Recrutement classique • Package TPE • Spouse Mission • Recherche d'agents commerciaux

Pour le détail de nos prestations, visitez notre site : www.ccfgb.co.uk rubrique Business Development