



# Spiritueux français : entre ancrage agricole et nouveaux modes de consommation

Derrière les grandes maisons de Cognac, d'Armagnac ou de whisky français se trouve une filière profondément ancrée dans les territoires agricoles. Thomas Gauthier, directeur général de la Fédération Française des Spiritueux, revient sur le poids agricole du secteur, son rôle économique et social, et les mutations d'un marché marqué par la montée en gamme et l'évolution des modes de consommation.

## La Revue Agridées: Pouvez-vous présenter la Fédération Française des Spiritueux ?

**Thomas Gauthier:** La Fédération Française des Spiritueux (FFS) accompagne et représente les producteurs et distributeurs de spiritueux en France. Elle rassemble plus de 250 entreprises adhérentes et regroupe les syndicats métiers suivants :

- ▶ Association des Distilleries Indépendantes ;
  - ▶ Fédération du Brandy français ;
  - ▶ Syndicat Français des Liqueurs ;
  - ▶ Groupement national des producteurs industriels de Calvados ;
  - ▶ Syndicat des Maisons de Cognac ;
  - ▶ Syndicat de l'Armagnac et des Vins de Gascogne ;
  - ▶ Fédération du Whisky de France.
- Elle est présidée par Guillaume Girard-Reydet, Président de Pernod Ricard France.

## La Revue Agridées: Quelles sont ses grandes missions ?

**T. G. :** La Fédération intervient sur

Thomas GAUTHIER  
Directeur général  
Fédération Française  
des Spiritueux.



l'ensemble des sujets liés à l'élaboration, l'importation et la commercialisation des spiritueux et de leurs spécialités. Ses missions s'articulent autour de quatre axes stratégiques :

- ▶ Valoriser les spiritueux français, leur patrimoine et les savoir-faire d'excellence portés par nos entreprises ;
- ▶ Rassembler les professionnels autour d'une vision commune, promouvoir la consommation responsable et contribuer activement à la prévention des comportements à risque ;
- ▶ Accompagner, soutenir les entreprises face aux évolutions législatives et réglementaires (fiscalité, dénominations, protection des marques, communication commerciale...);
- ▶ Représenter les intérêts de la filière auprès des pouvoirs publics et des parties prenantes.

## La Revue Agridées: En quoi la FFS est un acteur majeur du monde agricole ?

**T. G. :** Le secteur des spiritueux repose sur une base agricole large. Chaque



→ année, près de 4 millions de tonnes de matières premières (raisin, pommes, betteraves, cannes à sucre...) sont transformées (tonnage comparable à celui des raisins destinés à la production viticole).

Les spiritueux structurent des bassins agricoles entiers. Dans certaines régions, nos maisons proposent des contrats pluriannuels depuis le XIX<sup>e</sup> pour garantir un revenu aux agriculteurs et un approvisionnement sur le long terme. Ces accords permettent d'anticiper les volumes nécessaires et de garantir une qualité constante. La filière fonctionne en effet sur un temps long : les matières premières sont achetées, transformées, puis les produits sont mis à vieillir avant leur commercialisation. Selon les catégories, ce cycle peut durer cinq ans, dix ans, voire davantage. Cette temporalité impose une forte capacité d'anticipation et une sécurisation rigoureuse des approvisionnements.

**La France est le premier producteur de spiritueux de l'Union européenne**

Autre particularité du secteur : son niveau élevé de taxation. Une part de ces taxes est affectée à la Mutualité Sociale Agricole, contribuant au financement des retraites agricoles<sup>1</sup>. Il existe ainsi un lien indirect, mais réel entre la performance économique du secteur des spiritueux et l'équilibre du système social agricole.

**La Revue Agridées : Comment se porte le secteur aujourd'hui ?**

**T. G. :** La situation est difficile. Les États-Unis constituent notre premier marché à l'export, et l'instauration de droits de douane de 15 % a entraîné une baisse de nos exportations.

Nos adhérents exportent aussi vers la Chine, notamment du Cognac.

Une enquête antidumping, dans un contexte géopolitique tendu, a fragilisé cette activité.

Nous devons donc nous réinventer et identifier de nouveaux débouchés.

Nous plaçons beaucoup d'espoir dans l'Inde avec laquelle l'Union européenne négocie des accords commerciaux.

**La Revue Agridées : Comment les modes de consommation des spiritueux évoluent-ils ?**

**T. G. :** La consommation d'alcool en France est en baisse structurelle depuis plusieurs décennies. Au-delà du volume, les habitudes ont profondément évolué. La consommation quotidienne - comme le verre de vin à table - laisse place à une consommation plus occasionnelle, liée à des moments choisis : festivités, sorties. Les consommateurs portent davantage d'attention à la qualité et à ce qu'ils consomment.

Le recul est marqué chez les jeunes. 20 % des jeunes de 17 ans n'auraient jamais consommé d'alcool, contre 5 % vingt ans plus tôt.

## Nos vins et spiritueux sont des ambassadeurs de la France

Les vins et spiritueux représentent un pilier de l'économie française : plus de 5400 entreprises ; 600 000 emplois directs, indirects et induits ; près de 40 milliards d'euros de chiffre d'affaires ; 16,5 milliards d'euros d'exportations.

Nous défendons un patrimoine culturel, des savoir-faire reconnus dans le monde entier et une contribution essentielle à l'attractivité et à la balance commerciale de la France. Défendre les vins et spiritueux français, c'est défendre une part de notre économie, de notre culture et de notre identité.



**Jean-Pierre Cointreau**  
Président de la Maison des Vins et Spiritueux

“

2 millions de spiritouristes visitent chaque année les Maisons de spiritueux en France métropolitaine et en outre-mer.

”

Cette évolution traduit un changement culturel durable. La consommation est aussi davantage encadrée par les messages de santé publique, comme la recommandation « *pas plus de deux verres par jour, et pas tous les jours* » de Santé Publique France.

Dans ce contexte, certains segments résistent mieux, notamment les produits associés à la convivialité et aux cocktails : vodkas, gins, rhums. La dynamique de la mixologie portée par les bartenders notamment valorise les produits. Les offres premium progressent, que ce soit par l'aromatisation (vodkas aux agrumes par exemple), par le vieillissement (XO versus VSOP pour le Cognac), par la mise en avant du terroir et de sa spécificité.

La tendance générale est claire : la consommation est devenue plus qualitative et liée à des « moments de plaisir partagé ». La montée en gamme, l'ancrage territorial et la valorisation du savoir-faire constituent aujourd'hui des leviers de développement pour le secteur.

### **La Revue Agridées : Quel regard portez-vous sur la complémentarité ou la concurrence avec les vins et les bières ?**

**T. G. :** Les spiritueux et la bière s'inscrivent dans des moments de convivialité et ne remplacent pas le vin, ils correspondent à d'autres occasions et à d'autres usages. Ainsi, 82 % des Français considèrent l'apéritif comme un élément du patrimoine culturel français. Les spiritueux s'inscrivent pleinement dans ces temps de retrouvailles et de lien social. Si spiritueux et bière peuvent se retrouver sur certains moments festifs, ils ne sont pas toujours présents dans les mêmes lieux (festivals, événements sportifs).

Les spiritueux relèvent d'une logique de dégustation et invitent à prendre le temps : comprendre l'origine du produit, son élaboration, son terroir et déguster.

La force des spiritueux tient donc à l'expérience qu'ils proposent : découverte des savoir-faire et des terroirs, spiritourisme, mixologie... C'est un patrimoine agricole et culturel qui s'exprime dans chaque verre. L'enjeu est de donner aux consommateurs, en France et à l'international, l'envie de découvrir des produits porteurs d'histoire et d'identité. ▶

Propos recueillis par Christophe Leschiera  
Agridées

#### Notes

(1) Dans l'Annexe 3 du PLFSS 2025, le tableau d'affectation du « Droit de consommation sur les alcools (art. 403 CGI) » indique que son produit est réparti entre plusieurs attributaires, dont la MSA : CCMSA non-salariés - Maladie : 46,60 % / CCMSA non-salariés - Vieillesse : 26,67 % / CCMSA non-salariés - Retraite complémentaire obligatoire : 26,73 %.

### **Du Cointreau fabriqué à partir d'alcool de légumineuses**

INTACT, société développant des ingrédients bas carbone issus de l'agriculture régénérative, et la Maison Cointreau ont signé un partenariat pluriannuel pour l'utilisation de Pulse®, un alcool neutre obtenu à partir de légumineuses.

Cette collaboration porte sur la production pour la liqueur d'oranges Cointreau, d'un minimum de 20 000 HLAP d'alcool par an, soit environ 40 % de la production annuelle d'alcool neutre de la Maison. Cointreau devrait ainsi économiser 1 200 tonnes équivalent CO<sub>2</sub>, entraînant mécaniquement une diminution de 5 % sur son bilan carbone. Et ce partenariat va soutenir la culture de 3 000 hectares de légumineuses en Centre Val de Loire.

