

CONSOMMATION DE BOISSONS ALCOOLISÉES EN ALGÉRIE

Marché en pleine expansion

EUROMONITOR

Le marché algérien des boissons alcoolisées est un marché pivot, en forte croissance, selon des données d'Euromonitor.

BOISSONS ALCOOLISÉES

Croissance prévisionnelle 2011-2016 en millions de litres



Le marché algérien des boissons alcoolisées réalise des performances croissantes depuis 2005 et la tendance devrait se poursuivre jusqu'en 2016. Selon des données d'Euromonitor, le marché de détail a progressé tant en volume qu'en valeur durant la période 2005-2010, s'agissant des boissons alcoolisées et des bières, mais également des alcools et spiritueux ainsi que des vins.

Concernant les boissons alcoolisées, l'on note ainsi que des quantités de 134 millions de litres de boissons alcoolisées pour une valeur de 48,1 milliards de dinars ont été écoulées en 2005, des quantités de 169,3 millions de litres d'une valeur de 73,2 milliards de dinars ont été vendues en 2009 et de 176,4 millions de litres pour 79,4 milliards de dinars en 2010.

Une progression similaire est observée pour les bières, essentiellement produites en Algérie, avec des quantités de 97,1 millions de litres (18,6 milliards de dinars) en 2005, de 124,1 millions de litres (31,6 milliards de dinars) en 2009 et 129,1 millions de litres (34,2 milliards de dinars) en 2010.

Certes importés, onéreux et consommés davantage par les hommes, notamment des classes aisées, les spiritueux et alcools ont connu une progression semblable, la consommation passant de 1,084 million de litres (8,2 milliards de dinars) en 2005 à 1,2326 million de litres (10,5 milliards de dinars) en 2009 et à 1,2651 million de litres (11,2 milliards de dinars) en 2010.

Également pour les vins, notamment les vins rouges, avec des quantités de 35,8 millions de litres (21,3 milliards de

dinars), 44 millions de litres (31,1 milliards de dinars) et 46 millions de litres (34 milliards de dinars) pour les mêmes années.

Dominé principalement par le groupe Castel Algérie (bières et boissons alcoolisées) avec une part de marché tournant autour de 37%, l'Office national de commercialisation des produits vitivinicoles (ONCV) et sa filiale Vins du Terroir, ce marché n'a été contrarié ni par les taxes élevées imposées sur les vins ni par la hausse des prix en découlant.

Comme il n'a pas été contrarié par les règles strictes d'autorisation et les sanctions pénales de la consommation d'alcool au volant, voire par la fermeture de plusieurs bars et restaurants et autres considérants d'ordre religieux, notamment. Boosté notamment par la demande croissante, la dynamique d'innovation des producteurs et distributeurs locaux et le développement de nouveaux produits, notamment dans le segment des bières et vins à faible teneur en alcool, et au-delà des différences sociales et urbaines, le boom du marché algérien devrait se poursuivre encore durant les prochaines années.

Ainsi, la consommation de boissons alcoolisées devrait croître à raison de 3,4% jusqu'en 2015, selon les données d'Euromonitor. Et d'autant que les ventes estimées en 2011 à 183,3 millions de litres (83,1 milliards de dinars) et en 2012 à 190,6 millions de litres (90,7 milliards de dinars) devraient atteindre en 2015 les 272 millions de litres (98,6 milliards de dinars).

Concernant les bières, l'on indique une hausse de 134,2 millions de litres (35,7 milliards de dinars) en 2011 à

139,2 millions de litres (37,3) à 154,7 millions de litres (42,3 milliards de dinars) en 2015, ce segment devant croître de 4%.

Une évolution qui contraste avec celles de nos voisins, notamment le Maroc qui fait partie des pays où la consommation progressera faiblement (entre 0 et 1,4%) jusqu'en 2016 et dont le marché progresse pourtant depuis 2006 et a vu en 2011 s'écouler 151 millions de litres de boissons alcoolisées et 113,2 millions de litres de bières.

Et alors que le marché algérien évolue de manière similaire à celle de la Tunisie (respectivement 181,8 millions de litres et 143,7 millions de litres en 2011) ou du Brésil, avec des progressions entre 2,9 et 5,4%, d'autres marchés enregistreront, cependant, une croissance plus importante.

Il s'agit, notamment, de la Colombie, du Nigeria et de la Chine, mais aussi de l'Arabie saoudite et de l'Iran, des pays pourtant réputés pour leur conservatisme, où l'évolution tournera entre 5,5% et 23,9%.

A contrario, la consommation de boissons alcoolisées devrait progresser faiblement aux Etats-Unis et au Canada ainsi qu'en France et en Russie, avec une évolution quasi nulle. Voire, la croissance sera négative (entre -0,1 et -3,5%) en Espagne, en Italie, aux Pays-Bas, en Allemagne et en Grèce).

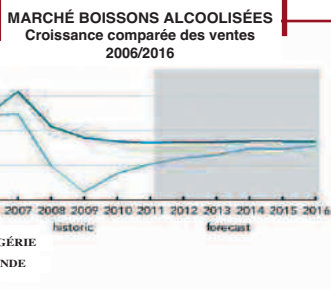
Chérif Bennaceur

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter Euromonitor à : aziz.khyari@euromonitor.com

EN UN CLIN D'ŒIL

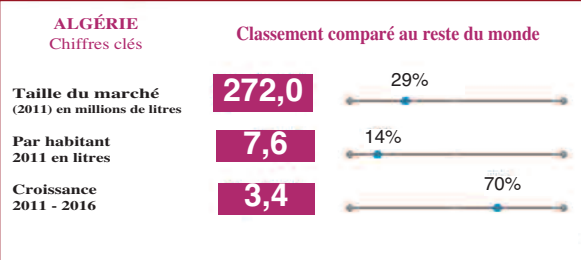
L'évolution se stabilisera vers 2016

Après avoir enregistré une hausse à plus de 6%, entre 2006 et 2007, et une diminution à moins de 4% jusqu'en 2009, la croissance du marché algérien (en termes de glissements annuels) s'est stabilisée autour de 4% vers 2006. Cette évolution devrait se poursuivre jusqu'en 2016 au rythme de 3,5%. Voire, elle sera supérieure à la croissance dans le monde. Et cela même si la consommation a, entre 2007 et 2009, chuté de 5% à moins de 1%, avant de reprendre un mouvement haussier qui devrait se poursuivre jusqu'en 2016.



Le marché représentait 272 millions de litres en 2011

Deux cent soixante-deux millions de litres de boissons alcoolisées ont été écoulées en 2011 en Algérie. Soit 7,6 litres par habitant, avec un taux de croissance annuelle sur la période 2011-2016 estimé à 3,4%. Avec ces chiffres, l'Algérie se positionne comme valeur dominante, parmi les pays grands consommateurs. En d'autres termes, il n'y a qu'un tiers des pays dans le monde qui ont un marché inférieur. Concernant la consommation par habitant, 14% des autres pays ont une consommation inférieure à 7,6 litres. De même, le marché algérien compte parmi les 30% de pays qui enregistrent une croissance supérieure à 3,4%.



L'IRAN, UN MARCHÉ EN EXPANSION Plus de 5,5% de croissance de la consommation

La République islamique d'Iran est un marché en expansion pour la consommation de boissons alcoolisées. Selon les données d'Euromonitor, l'Iran, un pays conservateur, fait partie des pays dont la consommation des habitants, localement ou à l'étranger, devrait progresser entre 5,5% et 23,9% jusqu'en 2016. Voire, la consommation du marché iranien a connu une progression de 46,1% entre 2009 et 2010, selon la même source.