

# Déconsommation d'alcool pour 69 % des Français

Le déboire va continuer de l'emporter sur le boire pour les bières, vins et spiritueux d'après un sondage mettant en avant les potentiels développements commerciaux des boissons totalement ou partiellement désalcoolisées. Où les vins sont actuellement à la traîne.

Par Alexandre Abellan Le 19 septembre 2023

Lire plus tard 

Partage   



« Les cocktails sans alcool ou à faible teneur en alcool sont désormais ancrés dans les habitudes des consommateurs » estime CGA by Nielsen IQ. - crédit photo : Adobe Stock (MauriceNo)

**L**a déconsommation de boissons alcoolisées a encore de beaux jours devant elle en France. D'après l'enquête menée en Consommation Hors Domicile (CHD) par CGA by Nielsen IQ\*, 52 % prévoient de réduire considérablement ou légèrement leur consommation d'alcool au cours des 12 prochains mois, 16

% ont déjà commencé à modérer leur consommation et 31 % comptent ne rien changer.

Ces orientations se traduisent déjà par de nouveaux modes de consommations, avec le développement des boissons sans alcool et à faible teneur en alcool (no/low). « *41 % des personnes sondées boivent désormais des "mocktails" (cocktails sans alcool) lorsqu'elles sortent, et 34 % optent pour une bière sans alcool ou à faible teneur en alcool* » indique un communiqué de CGA by Nielsen IQ. Dans ce paysage, les vins no/low sont à la traîne, avec 15 % de sondés indiquant en boire « *généralement lorsque vous sortez* » (moins que les 17 % des virgin cocktails, mais plus que les 12 % des purs spiritueux sans alcool).

## **Importantes répercussions**



*« Les consommateurs français se préoccupent plus de leur santé, ce qui a d'importantes répercussions sur leur consommation d'alcool »* pointe dans un communiqué Julien Veyron, le directeur des solutions clients pour la France de CGA by Nielsen IQ, ajoutant que *« cette tendance évolue rapidement et, à mesure que les fournisseurs développent leurs portefeuilles de produits sans alcool ou à faible teneur en alcool, il est essentiel de bien comprendre les motivations et les préférences des consommateurs. »* Ainsi, *« l'ananas, la fraise et la framboise sont les trois arômes préférés des consommateurs lorsqu'il s'agit de mocktails »* avance l'étude.

CGA by Nielsen IQ précise que *« les consommateurs sont prêts à payer en moyenne 6 euros pour un cocktail sans alcool ou à faible teneur en alcool lorsqu'ils sortent, soit 4 euros de moins que pour un cocktail alcoolisé »*. Ce qui n'empêche pas les consommateurs de no/low de dépenser 9 % de plus en CHR (86 € par mois contre 79 pour les autres), ces clients étant plus réguliers en CHD (53 % visitent au moins un établissement par semaine, contre 44 % pour les autres).