

1° Contracter le texte en suivant en 130 mots (\pm 10%).

"No/low alcohol", tendance ou feu de paille ?

LSA, par Sylvie Leboulenger, 18 juin 2021

[...] De plus en plus de Français, notamment les jeunes adultes, adoptent ou semblent être sur le point d'adopter le sans-alcool. Oui à une bière de temps en temps, oui à un whisky ou à un cocktail, mais en alternance avec des mocktails – l'autre nom des cocktails sans alcool –, des spiritueux et autres bières 0.0. Cette tendance va-t-elle s'inscrire dans la durée ? Quelques signaux sont déjà là, qui permettent de le penser. [...]

Et puis, les industriels y croient : pas une semaine sans qu'un acteur des spiritueux ou de la bière ne lance sa référence sans ou allégée en alcool... Un vrai défi pour ces maîtres de la distillation ou de la brasserie de faire sans ce puissant exhausteur de goût. Le savoir-faire ne va pas de soi, mais la demande frémit. [...]

Ajoutons que le « Dry January », ce mois sans alcool (repoussé en février par les Belges pour -gagner une journée !) instauré au Royaume-Uni depuis 2013, commence à gagner du terrain. Selon un sondage YouGov de janvier dernier, 68 % des Français trouvent que le « Dry -January est une bonne chose », notamment pour une détox post-fêtes (42 % d'entre eux), pour perdre du poids (38 %) ou pour faire des économies (25 %).

Certes, le sans-alcool a toujours existé. Des signatures comme D'Artigny [...], Listel, [...] Mister Cocktail [...], sont en magasin depuis longtemps. La nouveauté, c'est justement que le temps a fait son œuvre. L'offre sans alcool constitue désormais une catégorie à part entière qui évolue et se valorise. D'Artigny vient ainsi de lancer une Cuvée Prestige pour « ouvrir un segment premium », assure Anne-Sophie Millot, chef de groupe apéritifs et boissons pour enfants chez Bardinnet. Signe qu'elle se démocratise, cette tendance n'est plus seulement réservée aux « communautés » qui ne peuvent consommer de l'alcool. Les femmes enceintes,

par exemple. C'est désormais un phénomène de société adopté sans complexe par les jeunes adultes. [...]

Dans les pays anglo-saxons, on appelle cela « le conscious drinking », explique Simon de Beauregard, directeur des marques Ceder's (un « gin » sans alcool), Lillet et des apéritifs français chez Pernod Ricard : « Cela signifie que les gens consomment de l'alcool à certains moments, d'autres boissons à d'autres moments. Cette tendance se développe, sans cannibalisation des spiritueux, aux États-Unis, au Canada, en Irlande, en Australie, en Belgique ou aux Pays-Bas. En France, on sent un frémissement. »

[...] Les Domaines Pierre Chavin proposent des vins sans alcool ou low alcohol depuis leur création en 2010. Une offre destinée en premier lieu à l'export, mais qui arrive dans les linéaires français. « Le sans-alcool est une part de plus en plus importante de notre activité, assure Mathilde Boulachin, sa cofondatrice. Nous construisons notre offre à partir des attentes des consommateurs finaux. Quand on interroge des femmes et des jeunes adultes des générations Y et Z, tous néoconsommateurs de vins, on s'aperçoit qu'ils recherchent des produits écoconçus, qui ont du sens, parfois bio et plus présentables d'un point de vue nutritionnel. » Cette ex-importatrice de vins dans les pays scandinaves a lancé Opia, des vins sans alcool, mais aussi Villa Chavin, des vins qui ne titrent qu'à 8,5 ° d'alcool et sont 25 % moins caloriques qu'un équivalent classique. Ce sont des vins faits avec « des raisins récoltés tôt et gorgés d'eau plus que de sucre », détaille la jeune femme. Ses vins se vendent très bien dans les pays anglo-saxons, chez Monoprix, en France, mais aussi à la Réunion, une île multiethnique où l'on apprécie les produits qui « rallient toutes les communautés » ; au Japon également, pays où la tolérance à l'alcool semble limitée. « Il fait rougir les femmes japonaises ! Elles apprécient des alternatives comme la nôtre, qui leur donnent la possibilité de consommer une boisson ressemblant à celle que boivent les hommes », complète Mathilde Boulachin. [...]

Cependant, comme souvent dès qu'il s'agit de boissons alcoolisées, cette tendance ne décollera réellement en France que quand les bars s'y mettront. Déjà, les plus branchés proposent des mocktails très sophistiqués. [...]

[Et] sur la Toile aussi, le sans-alcool émerge. Par exemple avec le site Gueule de Joie, fondé en juillet 2019 par Jean-Philippe Braud. Suite à un mois sans alcool, le fameux « Dry -January », cet ex-consultant dans les médias s'est aperçu qu'il était difficile de tenir sa résolution : « L'offre n'était pas alléchante, parfois excluante et pas adaptée pour accompagner un repas convivial, un apéritif ou des moments festifs. La question était récurrente : que boit-on quand on ne boit pas d'alcool ? » [...]

2° Essay. Répondre à la question suivante en 200 à 220 mots.

How to target Gen Z, the new consumer?