



COCKTAIL OU CHAMPAGNE ? LES OPINIONS DIVERGENT...

Alors que l'engouement pour les cocktails prend de l'ampleur en France, le *Bacardi Cocktail Trends Report 2025* prédit qu'ils pourraient bien rivaliser avec le célèbre champagne.



HAMILTON, BERMUDES, le 21 novembre 2024 – Près d'un tiers (32%) des consommateurs français et plus de 40% des 18-44 ans préfèrent désormais trinquer autour d'un cocktail plutôt qu'un verre de champagne. C'est ce que révèle la dernière étude de Bacardi, premier groupe international privé de spiritueux.

Le champagne reste le choix privilégié pour 60% des personnes interrogées, mais l'essor de la culture cocktail vient bouleverser les habitudes de consommation. Désormais, 41% de la génération Z (18-29 ans) préfèrent un Spritz, contre 45% qui optent encore pour le champagne.

C'est ce que révèle la 6^e édition du *Cocktail Trends Report* annuel de Bacardi, un rapport qui anticipe les grandes évolutions du secteur et met en lumière les tendances de demain avec des prévisions concrètes pour 2025 dans cette industrie en pleine transformation.

La génération Z semble de plus en plus séduite par les cocktails, reléguant bière et vin au second plan. En France, 29% d'entre eux préfèrent désormais un cocktail plutôt qu'une bière et pour 34% plutôt que du vin. Près d'un quart (24 %) se lancent même dans la préparation de cocktails directement à la maison.

« Bacardi est une entreprise familiale avec plus de 160 ans d'expertise dans la fabrication de spiritueux », explique Stéphane Cluzet, Directeur Général de Bacardi pour la France, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg. « Le succès du Groupe est possible en adaptant notre offre aux attentes de la nouvelle génération et en veillant à ce que nos boissons correspondent à leurs envies. Cela explique notre fort historique en termes d'identification des nouvelles tendances qui définissent les codes de demain dans le secteur. »

L'année à venir s'annonce pleine de défis pour l'industrie de l'hospitalité en France. Une part importante des répondants prévoit de réduire leurs sorties dans les restaurants (25%), les bars (50 %) ou les boîtes de nuit (68 %). Cependant, la montée en puissance de la culture cocktail offre justement une opportunité de croissance pour de nombreux acteurs afin de contrer cette baisse. Les restaurateurs peuvent surfer sur cette nouvelle tendance pour attirer une clientèle en quête de nouvelles expériences.

« Près d'un quart (24 %) des répondants sont prêts à payer plus cher pour des cocktails avec des spiritueux premium et 28% de la Génération Z affirment qu'ils consommeront davantage de spiritueux et de cocktails en 2025 » indique Stéphane Cluzet. *« C'est un axe de croissance important pour nos partenaires et pour notre portefeuille de marques premium, qui inclut des spiritueux comme le gin BOMBAY SAPPHIRE, la vodka GREY GOOSE, la tequila PATRÓN et la liqueur ST-GERMAIN. »*

Nicolas Servettaz, Directeur des Ambassadeurs de marques du portefeuille Bacardi en France, ajoute : *« Le Spritz reste très apprécié, ce qui se reflète dans le succès grandissant du ST-GERMAIN Spritz. Comme l'année dernière, trois cocktails classiques au rhum figurent dans le top 10, avec un changement : le Daiquiri, laissant sa place au Rhum & Coke, qui connaît une nouvelle popularité en Europe et dans le monde entier.*

Les barmans adorent les spiritueux à base d'agave et leur passion devient contagieuse ! La tendance de la tequila, en témoigne la montée dans le classement du cocktail Margarita, passant de la 7ème place en 2024 à la 5ème en 2025, ainsi que dans la demande croissante pour des tequilas ultra-premium comme PATRÓN. »

Top 10 des cocktails les plus populaires en France pour 2025 :

1. Mojito
2. Piña Colada
3. Spritz
4. Martini
5. Margarita
6. Gin & Tonic
7. Whisky & Coke
8. Rhum & Coke
9. Caipirinha
10. Irish Coffee

Top 5 des grandes tendances mondiales révélées par le *Cocktail Trends Report 2025* :

1. **Les fans d'expérience premium** : L'hospitalité haut de gamme est en plein essor, avec une demande croissante pour des expériences sur mesure. Les consommateurs recherchent de plus en plus des moments uniques, ce qui explique la montée en puissance des voyages personnalisés. Les événements sportifs, concerts et culturels sont désormais des occasions idéales pour les marques de faire découvrir leurs nouvelles créations premium à un public en quête de nouvelles expériences.
2. **L'expérience et le savoir-faire... Humain !** La culture du cocktail devient plus intime et experte, avec une volonté de transmission, de partage de connaissances entre clients et mixologues. 59% des Français estiment que les cocktails créés par l'IA manquent de l'émotion et du savoir-faire des barmans.
3. **Nouvelles frontières** : La fatigue numérique et l'envie d'exploration culturelle suscitent un intérêt pour des expériences cocktails multi-sensorielles et immersives. La preuve, 19% des Français interrogés disent être prêts à payer plus pour ce type d'expérience.

4. **Les connaisseurs culinaires** : La frontière entre cuisine et cocktail s'efface. Désormais, les ingrédients de la cuisine s'invitent dans les recettes cocktails. Lait, huile ou encore saumure, permettent de créer de nouvelles saveurs inédites ! Près de 70% des barmans puisent leur inspiration dans l'art culinaire et deviennent de véritables chefs.
5. **La durabilité** : La nouvelle génération pousse à l'inclusivité et au changement positif. La durabilité rentre désormais dans l'équation des choix de consommation. Les Français se tournent davantage vers des marques engagées et plus que jamais en 2025.

Téléchargez via ce [lien](#) l'intégralité du *Cocktail Trends Report 2025* et son infographie. Les visuels sont disponibles en cliquant [ici](#).

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

À propos du Cocktail Trends Report de Bacardi :

Le rapport, réalisé en collaboration avec le cabinet de conseil en prospective stratégique *The Future Laboratory (TFL)*, s'appuie sur des données provenant de recherches menées par Bacardi et des études externes, des interviews de barmans ainsi que des analyses de TFL pour identifier les tendances qui influencent les préférences en matière de saveurs, les styles de boissons et les expériences de cocktails pour l'année à venir. À l'échelle mondiale, Bacardi a sondé 9 000 consommateurs dans neuf marchés, dont 1 000 en France.

À propos de Bacardi :

Bacardi Limited est la plus grande entreprise internationale de spiritueux détenue en privé, spécialisée dans la production, la commercialisation et la distribution de spiritueux et de vins. Son portefeuille comprend plus de 200 marques et références, dont le rhum BACARDÍ®, la tequila PATRÓN®, la vodka GREY GOOSE®, la liqueur GET 27®, la liqueur de fleur de sureau ST-GERMAIN®, le gin BOMBAY SAPPHIRE®, le vermouth et les vins mousseux MARTINI®, ainsi que d'autres marques leaders et émergentes, telles que le whisky écossais WILLIAM LAWSON'S®, la vodka ERISTOFF® et le whisky écossais blendé DEWAR'S®. Fondée il y a plus de 162 ans à Santiago de Cuba, Bacardi Limited demeure une entreprise familiale qui emploie aujourd'hui plus de 8 000 personnes, exploite des installations de production dans 11 pays et territoires, et commercialise ses marques dans plus de 160 pays. Bacardi Limited fait référence au groupe d'entreprises Bacardi, y compris Bacardi International Limited. Pour plus d'informations visitez www.bacardilimited.com ou suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#) et [X](#).