

DRY JANUARY

**PRÈS D'1/3 DES FRANÇAIS ENVISAGENT
DE PARTICIPER AU MOIS SANS ALCOOL
EN JANVIER 2023 !**

Dans le "mood" de la consommation responsable, les Français, et particulièrement la Gen Z, évoluent aussi sur leur rapport à l'alcool !



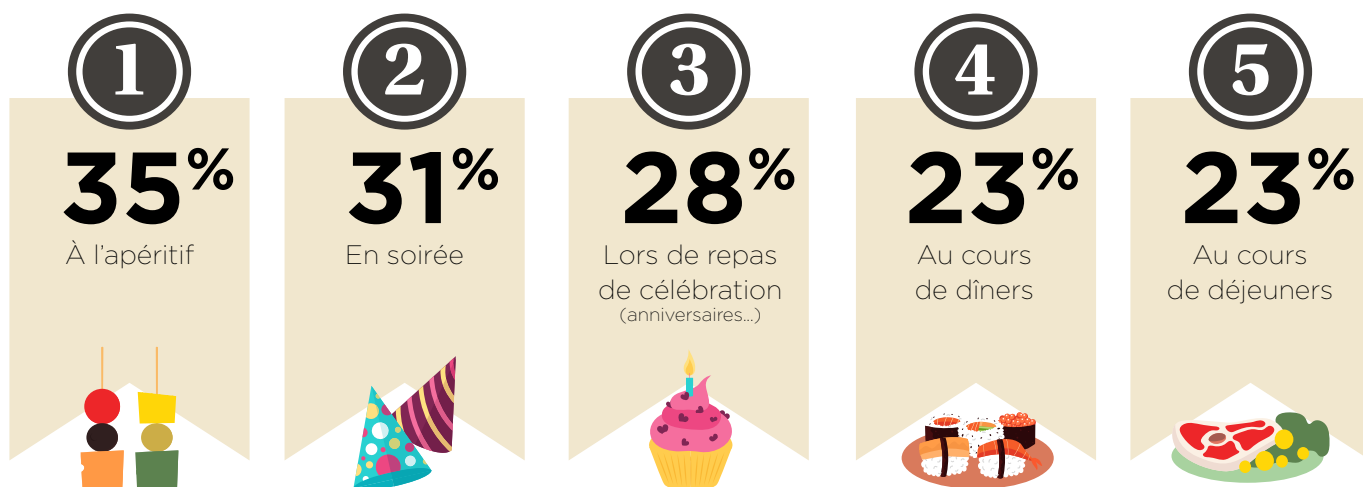
**2023 MARQUE
LES 10 ANS
DU MOUVEMENT
DRY JANUARY,
QUI RASSEMBLE
DE PLUS EN PLUS
DE PARTICIPANTS.**

Ce mouvement convainc d'année en année ; ne pas boire d'alcool durant tout le mois de janvier apparaît comme une pause qui arrive à point nommé après les fêtes de fin d'année et ses excès.... Une tendance qui s'installe progressivement toute l'année.

À l'aube d'une nouvelle édition, Freixenet-Gratien, filiale française de Henkell Freixenet, groupe numéro un mondial des vins effervescents, a souhaité se pencher sur cette tendance progressive, et étudier comment les Français appréhendent leur consommation de boissons sans alcool : quelle place les boissons sans alcool occupent-elles dans leur quotidien ? À quelles occasions ces boissons sont-elles consommées ? Et surtout, qui est prêt à relever le défi du Dry January en 2023 ?

TOP 5

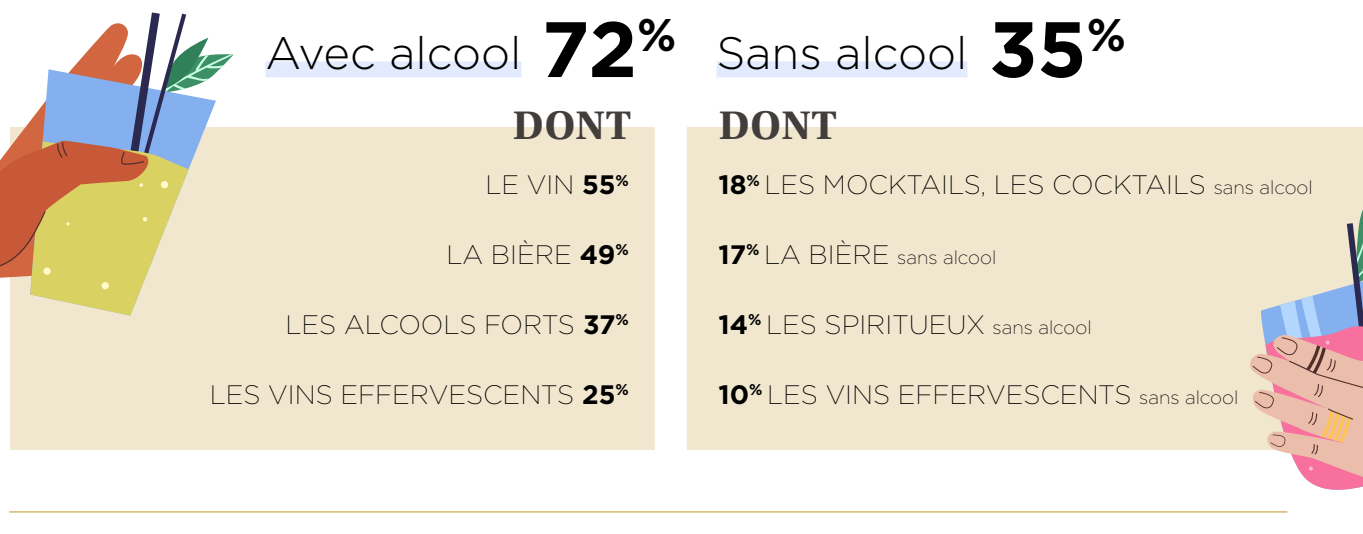
des instants de consommations
de boissons sans alcool pendant l'année



La moitié des jeunes boivent des boissons sans alcool à l'apéritif !

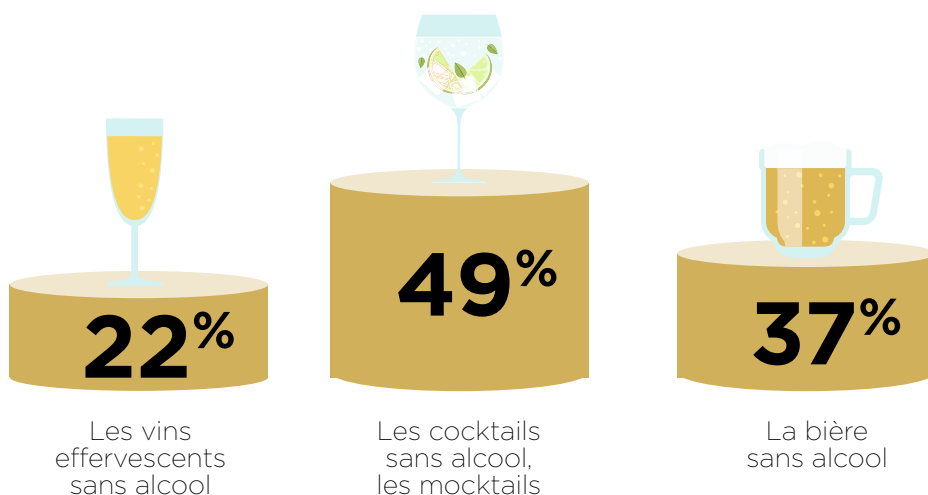
Ce sont les 18-24 ans qui en consomment le plus durant cet instant de partage.

LES BOISSONS PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS



ET PENDANT LE DRY

Podium des boissons sans alcool de ceux qui vont faire Dry January en 2023





DRY JANUARY

TO DRINK OR NOT TO DRINK...

Inconditionnel de l'apéro et engouement pour Dry January, c'est la grande dichotomie du début d'année pour les Français. Et c'est d'ailleurs là toute l'essence de ce défi : se rendre compte ou prendre conscience qu'il est possible d'avoir une consommation plus raisonnée et raisonnable !

89%
des Français ont consommé au moins une fois dans l'année une boisson alcoolisée en 2022.

Vision d'ensemble de ces Français qui se lancent (ou pas) dans la grande aventure de la sobriété du mois de janvier.

Si les habitudes de consommation d'alcool ont profondément changé ces 50 dernières années, il n'en est pas moins que l'apéritif est un rituel culturel en France : pilier de la convivialité et fierté nationale.

Différence homme / femme, différences générationnelles, Freixenet-Gratien et l'IFOP font le point sur les habitudes de de consommation de l'alcool.

LES FRANÇAIS

et la consommation de boissons alcoolisées



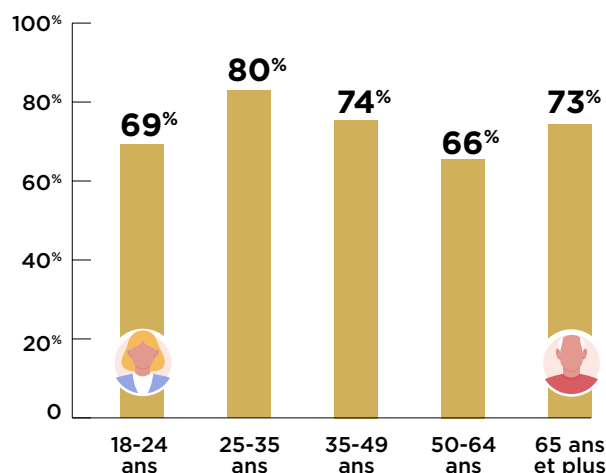
Boissons alcoolisées & fréquences de consommation

89% des Français consomment de l'alcool au moins une fois par an

72% des Français consomment de l'alcool au moins une fois par mois

55% des Français consomment de l'alcool au moins une fois par semaine

Évolution de la consommation d'alcool selon les tranches d'âges (à minima 1 consommation par mois)



Consommateurs réguliers : les hommes boivent-ils plus que les femmes ?



Consommation au moins 1 fois par mois

82% des hommes

64% des femmes

Consommation au moins 1 fois par semaine

65% des hommes

45% des femmes

VS

VS

Le grand phénomène des 18-24 ans :
le Français devient-il responsable et engagé ?

À RETENIR

Plus d'**1 Français sur 2** consomme de l'alcool toutes les semaines.

Les **hommes** sont des **consommateurs** d'alcool **bien plus importants** que les femmes.

Le **pic de consommation d'alcool** a lieu sur la tranche d'âge **25-35 ans** et passé 65 ans cette régularité fait son retour.

40%

**des 18-24 ans
vont y participer !
Une cible + engagée.**

Un Dry January qui motive la gen Z.

Dans le podium des bonnes résolutions des Français, il faut désormais composer avec l'arrêt de l'alcool, pour un mois ou un peu plus...

Qui sont ces Français qui sont prêts à se lancer dans un mois de janvier de la sobriété ?

La consommation de boissons non-alcoolisées selon les tranches d'âges (à minima 1 consommation par mois)



18-24



25-35



35-49



50-64

DRY JANUARY mode d'emploi

Qui sont ceux qui vont se lancer dans le défi ?

ET 27% d'hommes
27% de femmes

VS 31% de célibataires
25% en couple

VS 32% sans enfant
24% avec enfant

VS 40% 18-24 ans
36% 25-34 ans
30% 35-49 ans
13% 50-64 ans
25% 65 ans et plus

Et ceux pour qui c'est impensable ?

49% des Français n'y participeront pas et ne sont pas intéressés par ce défi

DONT

VS 57% d'hommes
43% de femmes

VS 51% 65 ans et plus
31% 18-24 ans

Un January complètement dry ?

7% sont des 1^{ers} participants et sur-motivés

8% l'ont déjà fait et veulent se challenger à nouveau

12% votent pour un Dry January allégé, avec quelques exceptions



À RETENIR

- **Homme / femme, même combat** chez les motivés de Dry January
- Avec le **célibat**, la bonne résolution est **plus facile** à envisager
- Chez les **réfractaires** au Dry January on retrouve **les hommes & les plus âgés**
- Le sans-alcool **plus facile** de se projeter quand on n'a **pas d'enfant**
- Plus on est **jeune**, plus on est **motivé** par le fait de ne pas boire d'alcool en ce début d'année

Pour **25%**
des Français,
c'est la plus grande
motivation
au Dry January !

La santé avant tout.

Prendre la résolution de ne pas boire d'alcool pendant un mois nécessite forcément quelques motivations pour les Français. Santé, poids, détox,... le mois de janvier, rime souvent avec les bonnes résolutions et le Dry January s'inscrit dans cette même dynamique. Qu'est-ce qui motive les Français à cesser les boissons alcoolisées pendant 4 longues semaines ?

LES MOTIVATIONS

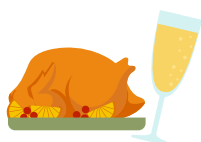
des Français pour se lancer dans le Dry January

TOP 6 des motivations



#1 Une meilleure santé

25%



#2 Compenser
les fêtes de fin d'année

19%



#3 Perdre du poids

16%



#4 Tester sa capacité
à le faire

14%



#5 Pouvoir conduire
en soirée

12%



#6 Parce que les
boissons sans alcool sont
maintenant aussi bonnes
que celles avec alcool

10%

Quand la décision est sans appel

POUR 34% des Français
aucune raison ne pourrait les convaincre d'y participer !

ALORS ON BOIT...

QUOI ? & À QUEL MOMENT ON NE "BOIT PLUS"

Au-delà du Dry January, l'émergence du sans alcool a clairement permis à certains Français de modifier leur rapport aux boissons, qui ne sont plus nécessairement alcoolisées pour les moments festifs et conviviaux. Les lignes bougent...

69%
des Français consomment
au moins une fois par an
une boisson sans alcool !

Le sans-alcool pour tous.

Petit à petit, les boissons sans alcool ont trouvé leur place dans les foyers Français. Le plaisir mais pas l'ivresse : un leitmotiv qui gagne du terrain et une catégorie qui s'envole !



LES FRANÇAIS

et la consommation de boissons sans alcool



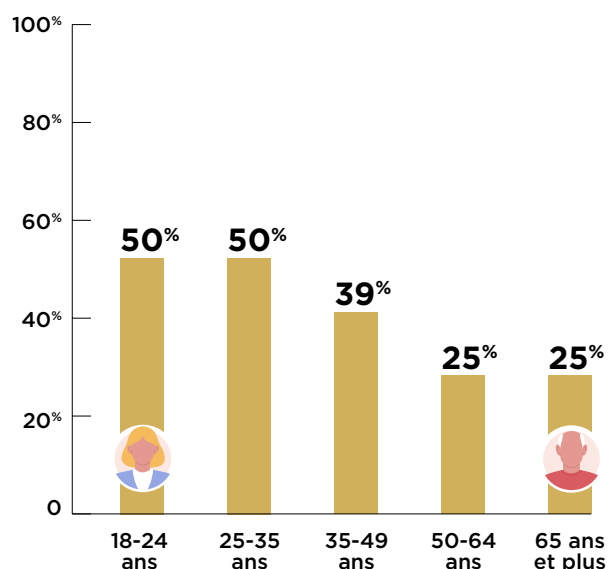
Boissons sans-alcool & fréquences de consommation

69% des Français consomment des boissons sans alcool au moins une fois par an

35% des Français consomment des boissons sans alcool une fois par mois

19% des Français consomment des boissons sans alcool une fois par semaine

La consommation de boissons sans alcool selon les tranches d'âges (à minima 1 consommation par mois)



Addicts aux boissons sans alcool, qui sont-ils ?



Consommation au
moins 1 fois par mois

Consommation au
moins 1 fois par semaine

41% des hommes

25% des hommes

30% des femmes

14% des femmes

VS

VS

À RETENIR

Quasi **2 Français sur 10** consomment des boissons sans alcool chaque semaine.

Que ce soit pour les boissons sans alcool ou pour les boissons alcoolisées, les **hommes** restent ici les **plus grands consommateurs**.

Plus on est **jeune**, plus on **consomme des boissons sans alcool**.

AVEC OU SANS ALCOOL

des instants de consommation qui diffèrent !

En effet, si les Français tendent de plus en plus à varier leur consommation de boissons alcoolisées ou sans alcool, il est intéressant de voir qu'ils envisagent différemment ces instants de partage.

Top 5 des instants de consommations de boissons alcoolisées



66% Lors de repas de célébration (anniversaires...)



62% À l'apéritif



49% Au cours de dîners



48% En soirée



31% Au cours de déjeuners

Top 5 des instants de consommations de boissons sans alcool



35% À l'apéritif



31% En soirée



28% Lors de repas de célébration (anniversaires...)



23% Au cours de dîners



23% Au cours de déjeuners

QUI BOIT QUAND ?



56%

La palme des plus gros "Day Drinkers" revient aux **séniors** ! 56 % des plus de 65 ans **boivent de l'alcool au déjeuner** contre 18% qui boivent des boissons sans alcool à ce même repas.



50%

Les jeunes sont plus de la moitié à **boire des boissons sans alcool à l'apéritif** ! Ce sont les **18-24 ans** qui en consomment le plus durant cet instant de partage.

À RETENIR

Les repas sont moins plébiscités par les Français pour consommer des boissons sans alcool.

La Gen Z adhère totalement avec la consommation de boissons sans alcool.

QUE BOIVENT LES FRANÇAIS

comme boissons non-alcoolisées :
bière et mocktails en tête de podium !

LES BOISSONS PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS

sans alcool vs boissons alcoolisées

TOP

des boissons
alcoolisées
les plus consommées



55%

Le vin



49%

La bière



37%

Les alcools forts

TOP

des boissons
sans alcool
les plus consommées



18%

Les cocktails sans alcool,
les mocktails



17%

La bière sans alcool



14%

Les spiritueux sans alcool

TOP

des boissons sans alcool
de ceux qui vont faire
Dry January en 2023



49%

Les cocktails sans alcool,
les mocktails



37%

La bière sans alcool



22%

Les vins effervescents
sans alcool

À RETENIR

| Surement plus connaisseurs de ce que le marché propose en boissons sans alcool, les futurs participants au Dry January font rentrer dans le podium **les vins effervescents sans alcool**

63%
**des Français les trouvent
idéaux pour partager un
moment festif tout en
gardant le contrôle de soi.**

Les vins effervescents sans alcool.

Développés depuis déjà plusieurs années sur le marché, les vins effervescents sans alcool sont de plus en plus populaires. A déguster nature ou en cocktail, en plaisir quotidien ou pour les moments plus festifs, ils offrent de nombreux avantages aux Français à la recherche d'alternatives sans alcool.

LES VINS EFFERVESCENTS

on aime, on adore

Les vins effervescents sans alcool, ce que les Français leur trouvent :

72%

C'est idéal quand on est le "SAM" de la soirée.

65%

Cela permet de profiter de moment festif sans forcément prendre l'option alcool.

63%

C'est idéal pour partager un moment festif de célébration tout en gardant le contrôle de soi.

57%

C'est idéal quand on est enceinte.

55%

Cela permet de limiter sa consommation d'alcool tout en gardant du plaisir.

27%

Leur goût est très proche de celui des boissons alcoolisées.

NATURE OU EN COCKTAIL ?

23%

des Français les consomment nature

DONT 36% des 18-24 ans
CONTRE 15% des 65 ans et +

29%

des Français les consomment en cocktail

DONT 44% des 18-24 ans
CONTRE 20% des 65 ans et +

À RETENIR

Les vins effervescents sans-alcool ont su convertir les palais les plus exigeants.

Nature ou en cocktail on les consomme plus chez les **18-24 ans**.

En progression à +4,8% en volume, le segment des vins effervescents sans alcool représente 6 millions de bouteilles vendues en grande distribution. En 2021, avec un taux de pénétration de 4,5%, les vins effervescents sans alcool gagnent de nouveaux consommateurs avec 80 000 foyers français supplémentaires (vs 2020). Une catégorie qui ne cesse de croître et qui illustre bien les changements d'attitude et de perceptions des consommateurs face aux boissons sans alcool : *« la consommation des vins effervescents sans alcool s'est modifiée ces dernières années, les consommateurs ne le vivent plus comme une contrainte mais ils font le choix de ne pas boire d'alcool. Les motivations de consommation sont plus responsables pour la santé, pour perdre du poids ou pour compenser certains excès..., mais gardent un aspect festif et convivial ! »*

**PRÉCISE FRÉDÉRIQUE LENOIR,
DIRECTRICE MARKETING ET COMMUNICATION FREIXENET GRATIEN**

(SOURCE : PANEL DISTRIBUTEURS CAM P10 2022 HM+SM+DRIVE+PROXI / SOURCES : PANELS CONSOMMATEURS 2021).

Freixenet Gratien continue de s'affirmer comme une référence sur ce segment des boissons sans alcool à travers ses marques Festillant et Freixenet.

Ainsi pour ceux qui sont déjà convaincus et les futurs adeptes de vins effervescents sans alcool, Freixenet Gratien, acteur très dynamique poursuit son développement tant sur les catégories vins effervescents que vins tranquilles.

- Festillant, 2^e marque française de vins effervescents sans alcool en grande distribution, décline son savoir-faire de plus de 17 ans sur une nouvelle catégorie, celle des vins tranquilles sans alcool et sur une nouvelle référence sur son segment des aromatisés : Festillant Spritz. La marque proposera donc au printemps prochain 8 références effervescentes et une déclinaison en 3 couleurs côté vins tranquilles.
- Freixenet, le n°1 du marché des vins effervescents AOP, a proposé une version sans alcool de sa référence phare, le Cordon Negro. En moins d'un an, la célèbre bulle espagnole à la bouteille noire se hisse déjà à la 4^e place des ventes volumes des vins effervescents sans alcool en Grande Distribution, et une version rosé sans alcool viendra compléter la gamme au printemps 2023.



À PROPOS DE Freixenet Gratien

Freixenet Gratien est la filiale française de Henkell Freixenet et se positionne comme le 3^{ème} producteur et distributeur de vins effervescents en France en valeur et en volume. Avec Freixenet, marque des effervescent AOP n°1 en France (Sources : IRI HM+SM+Proxi+Drive – CAMP10 2022), Freixenet Gratien est la plus grande contributrice à la croissance du segment des vins effervescents avec plus de 900k€ grâce à des marques fortes comme Festillant (sans alcool), Mionetto (prosecco), Gratien Meyer (Saumur et Crémant de Loire), Alfred Gratien (Champagne), mais est aussi un acteur incontournable des vins de Bordeaux avec les marques Yvecourt et Premius.

CONTACT PRESSE : AGENCE ALBINE

TIPHAINE MARTIN • 06 82 44 77 49 • T.MARTIN@ALBINECO.COM