

L'été, une saison qui brasse la bière

Alors que l'été approche, Kantar a souhaité revenir sur la consommation de bière des Français durant cette saison. Sans surprise, la petite mousse semble être à sa place sur cette période puisqu'en 2023, 46% des occasions d'achat de la bière avec les acheteurs ont eu lieu au cours de l'été. Fruitée, blanche, en fût, en famille ou entre amis, comment les Français l'apprécient ?

Sens de la fête...

Les acheteurs de bière recherchent le **sens de la fête**, mais aussi une **consommation responsable**. Autrefois perçues comme contradictoires, ces 2 tendances se montrent de plus en plus compatibles sur le marché actuel.



Un esprit festif avec une bière présente dans 19% des apéritifs à domicile en été et **46% plus présente qu'en hiver sur ce moment de consommation**.

Cette hausse est largement attribuable au partage entre amis et en famille, favorisant une consommation conviviale.

Les **bières blanches** sont particulièrement touchées par ce phénomène puisqu'elles ont créé 98% de trafic en plus durant l'été (2022) par rapport à la saison hivernale. Leur popularité estivale est liée à une consommation plus fréquente lors d'apéritifs et de pauses rafraîchissantes.

Enfin, les **bières alcoolisées aromatisées aux fruits ou avec un arôme d'alcool** (type Desperados, Cubanisto, Skoll) voient leur trafic 20% plus élevé en été qu'en hiver. Souvent consommées lors de moments festifs en soirée.

...et responsabilité.

Sur le secteur des bières sans alcool, on constate aussi une forte saisonnalité estivale. Les bières aromatisées sans alcool (type Tourtel Twist, Desperados Virgin) créent 130% de trafic en plus en été, comparé à la saison hivernale. Elles répondent à une demande croissante pour des options sans alcool, permettant de profiter du goût sans les effets de l'alcool. Les **panachés** sont également très saisonniers avec 168 % de trafic supplémentaire en été. L'été est une saison cruciale pour cette catégorie, qui offre une alternative légère et rafraîchissante.

Ces résultats soulignent **l'importance croissante des bières aromatisées et sans alcool**, reflétant une tendance vers une consommation plus modérée et consciente tout en gardant le plaisir d'apéritif festif.

Face à ces résultats, les différentes études menées par Kantar sur le marché de la bière, soulignent que **la météo joue un rôle crucial** dans ces tendances de consommation. Lors de saison plus maussade, la consommation de bière baisse durant les deux mois d'été et se maintient tout au long de l'année.

ÇA BRASSE DANS L'OUEST DE LA FRANCE

C'est majoritairement sur les bords de l'atlantique ou de la Bretagne que la bière est appréciée et davantage consommée.



Midi ou soir ? Seul ou accompagné ?

Été comme hiver et sans surprise, la bière se partage, c'est majoritairement **en couple et entre amis** que les Français la consomment le plus, hors du domicile. 29% déclarent la consommer en couple, 32% entre amis, et enfin 20% en famille.

On prend plaisir à la consommer, **au déjeuner et à l'apéritif**. Pas de grande différence sur ces deux temps de consommation. Hors du domicile, 25% déclarent la consommer le midi, 32% au moment de l'apéritif et enfin 24% lors du dîner, contre 12% seulement en soirée.

Les JO 2024 auront-ils un effet sur la consommation de bière ?

Nous constatons une baisse de la consommation en été 2023 versus été 2022. Les bières ont eu moins de points de contact (-6,9%) avec les consommateurs en été 2023 (de mai à septembre) versus l'été 2022. Cela se retrouve sur presque toutes les couleurs et catégories de bières, avec le **Sans alcool** en première ligne (-12,2% en trafic) ou encore les **Blondes** (-8,4%) et les **Aromatisées aux fruits ou à l'alcool** (-7%). Seules les **Ambrées** tirent leur épingle du jeu (+4,2% en trafic).

Alors, en 2024, assisterons-nous à un regain de consommation avec l'esprit festif des Jeux Olympiques ?

Méthodologie :

Consommation au domicile – Panel Worldpanel 20 000 foyers - 2022 - Panel OOH - Individus 18 ans et plus – P5 P9 2023, P10 P4 2024. Restauration commerciale.

EXPERTES KANTAR WORLD PANEL

- Léa LAMBROPOULOS, Consultante Experte Strategic Insights
- Capucine BLANCHARD, Insight Leader Expertise Liquides



En savoir plus : <http://www.kantar.com/fr/>

À propos de Kantar : Kantar est le leader mondial de la data et des analyses marketing, et un partenaire de marque indispensable pour les plus grandes entreprises du monde entier, dont 96 des 100 plus grands annonceurs à l'échelle mondiale. Nous combinons les données sur les attitudes et les comportements les plus pertinents et significatifs avec une expertise approfondie et des plateformes technologiques, pour suivre la façon dont les gens pensent et agissent. Nous aidons nos clients à élaborer les stratégies marketing qui leur permettront de façonner leur avenir et générer une croissance durable.