



Pourquoi la tendance sans alcool va tuer nos bars

*Le verdict du « Chiche Project » est tombé, et il est glacial : le sans alcool menace la survie économique des établissements de nuit. Si les clients adorent, les caisses, elles, trinquent : un séisme à **-40% de CA**.*

Joy dévoile les résultats d'une étude choc menée durant un mois d'immersion totale en mode "0% alcool" au Social Bar à Paris. Le constat est un paradoxe brutal : l'expérience client est un immense succès, mais le modèle économique est un fiasco.

Le client est roi, mais le roi est sobre (et part tôt)

Malgré une carte ultra-développée et une satisfaction client record (**91%** se sont autant amusés que durant une soirée alcoolisée), les chiffres du Social Bar donnent le vertige : **-40% de chiffre d'affaires**. La raison ? Un changement radical des usages. Sans l'effet désinhibant de l'éthanol, les clients partent plus tôt et le panier moyen est divisé par deux. Le "verre de trop" qui faisait la marge n'existe plus.

L'illusion du "prêt à payer"

Si **57 %** des sondés se disent prêts à **payer un mocktail au prix d'un cocktail**, la réalité du terrain montre que la sociabilité sans alcool peine encore à porter les soirées de groupe. Pour Renaud Seligmann, fondateur du Social Bar, le constat est sans appel : l'absence d'alcool fait fuir la clientèle B2B (**-30 % de CA**) et freine les groupes d'amis qui rechignent à prendre la responsabilité de faire subir une "sober party" à leurs proches.

L'urgence : réinventer l'expérience ou mourir

Face à cette mutation structurelle — où **100 %** des clients interrogés sur place prévoient de **consommer moins d'alcool à l'avenir** — le secteur doit pivoter. Nicolas Furlani, cofondateur de Joy, prévient : vendre des verres ne suffira plus. L'avenir appartient à ceux qui feront payer l'expérience et l'événementiel plutôt que le volume de boisson.