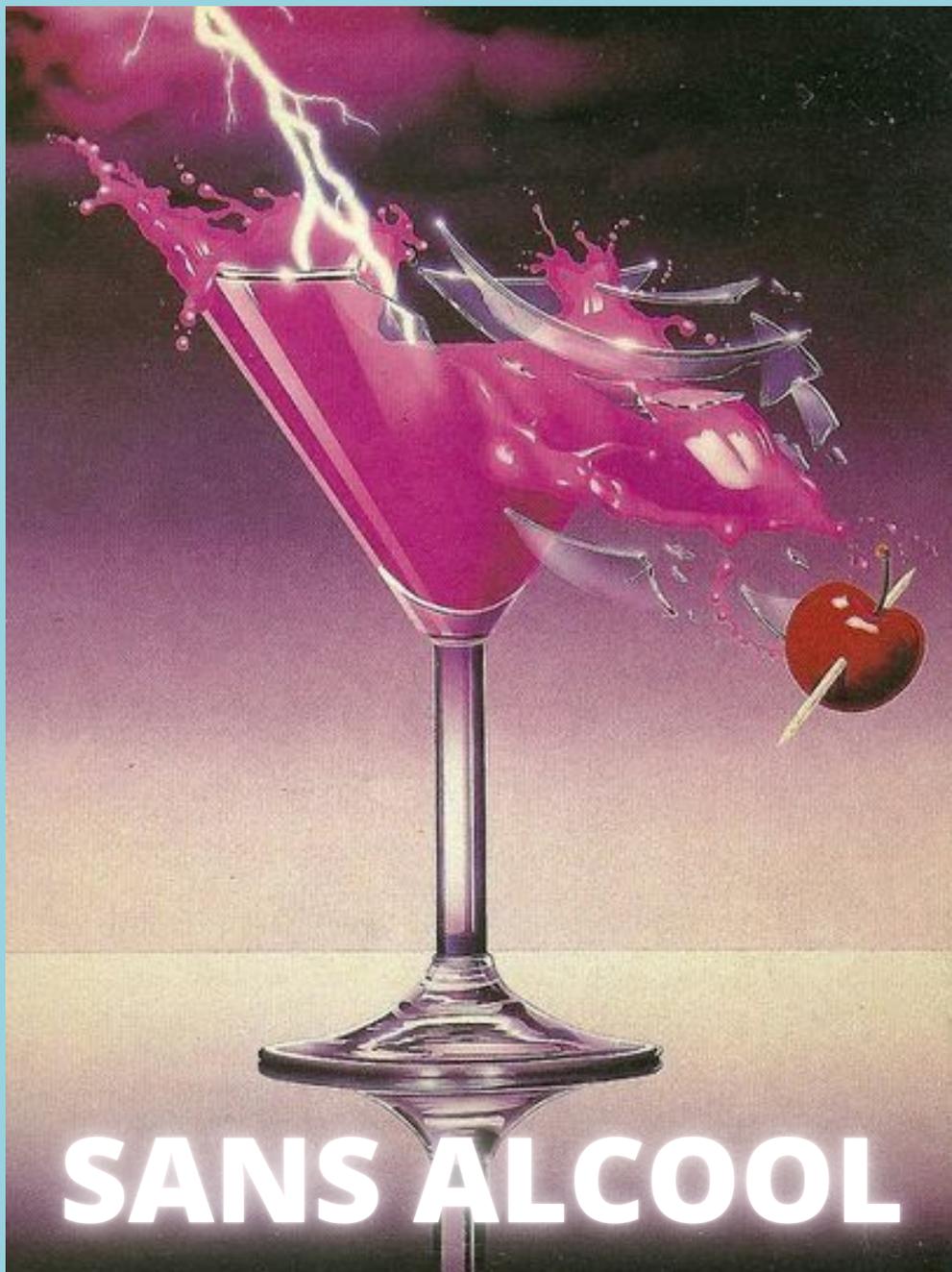


LETTRE DE TENDANCES

pop-up urbain



Mai 2023

-Annick : "C'est pas cool les gars, vous avez fait de l'alcool alors que nous on crève la dalle."

-Patoche : "Quoi ? Qu'est-ce que tu viens de dire ?"

-Annick : "C'est pas cool..."

-Patoche : "Quoi, c'est pas cool ? L'alcool c'est pas cool ?"

-Annick : "Oui..."

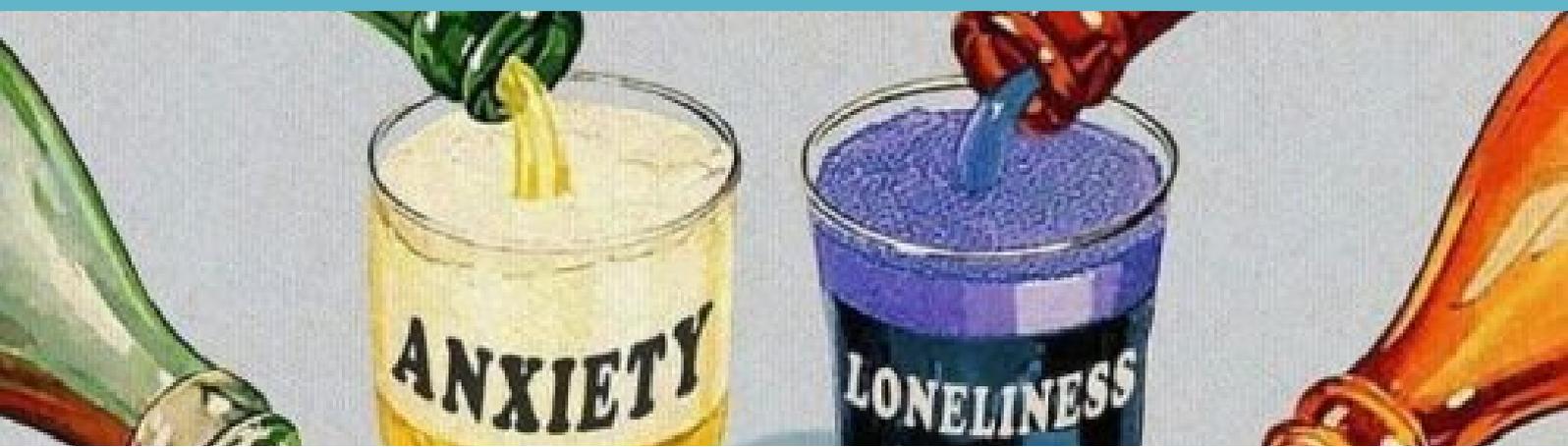
-Patoche : "L'alcool c'est pas cool, c'est ça que tu dis ?"

Extrait de la fausse émission de téléréalité Le Flambeau (mai-juin 2022)

Dans cet échange devenu culte, Patoche se met en colère lorsqu'une participante exprime le fait qu'elle aurait préféré, pour la survie du groupe, se nourrir plutôt que boire de l'alcool.

Avec cette scène, le personnage de Patoche s'est imposé dans l'imaginaire collectif comme l'archétype du "tonton gênant", que tous les Françaises et Français ont eu à côtoyer lors d'une réunion de famille. Il représente le cliché de l'homme entre deux âges adepte des blagues ou des remarques sexistes et racistes, et qui devient encore plus lourd sous l'emprise de l'alcool.

Et si ce même incarnait le fait que les mentalités françaises sont enfin prêtes à déconstruire notre culture alcoolique séculaire ? Dans cette perspective, que nous révèle l'essor des boissons et lieux de consommation non-alcoolisés ?



LA TENDANCE

Depuis à peu près trois ans, la culture du sans alcool s'immisce lentement mais sûrement dans les pratiques des Françaises et Français.



LES INSIGHTS

- Depuis une dizaine d'années, l'offre "NoLow" - "alcool sans alcool" ou avec un % très faible - s'est largement étoffée. Les grands industriels de la boisson (en Europe Heineken, Diageo ; en France : Kronenbourg, Pernod Ricard) ayant lancé le mouvement et ouvert la voie à une pléiade de nouveaux entrants (micro-brasseurs, vignobles, et autres producteurs de spiritueux sobres). Les techniques et recettes secrètes fument et les levées de fond vont bon train. En parallèle de ces alcools imités, des boissons sans alcool offrant une alternative sans sucre (très attendue) sont venus garnir les rayons des supermarchés et néo-épiceries : kombucha, kéfir, infusions pétillantes etc.
- Ce bouillonnement industriel va de pair avec une éruption de néologismes, prouvant la créativité infinie de la tendance NoLow : *sobrelier, zéro zone, conscious drinking, binge drinking, dry dating, sober curious, soft pairing, sober rum, alt gin, simili gin, spiritueux 0%, bière alternative* etc.
- Fin décembre 2022, un article du *Guardian* titré 'A trend is starting': France leading way in alcohol-free drinks boom dressait un état des lieux enthousiasmant du marché des boissons sans alcool en France. L'article anglophone a été largement relayé par la presse "lifestyle" française en janvier, légitimant une tendance encore timide auprès du grand public.

- Dans les grandes villes, l'ouverture de lieux dédiés à ce nouveau territoire liquide témoigne de l'ancrage de cette tendance. Depuis 2019, sur internet puis à Nantes, la start-up Gueule de Joie se présente comme *"le leader français de la distribution de vins, bières et cocktails sans alcool"*. À Paris 19ème, Le Paon qui boit, *"lère cave sans alcool française"* a ouvert en 2022 et offre 400 références. Enfin, Déjà bu ?, cave et bar ouvert récemment dans le 11ème, propose des ateliers dégustation sur place pour les adhérents de son club. Dans une courte émission parue en février 2023, Radio Nova qualifiait ce lieu de *"bar de sobriété"*.



- En 2022 a eu lieu le tout premier Salon du sans-alcool (sodas compris), le Soft Festival à Montpellier. Il s'adressait aux *"parents soucieux de prendre soin de la santé de leur famille, aux fêtards pro-actifs cherchant parfois une alternative non alcoolisée, aux sportifs en recherche de nouvelles boissons saines et vitaminées et aux personnes soucieuses de respecter leurs convictions."*
- Dans les sphères du haut de gamme, la tendance se faufile dans les cuisines des grands restaurants et au bar des grands hôtels. La célèbre cheffe Anne-Sophie Pic et sa sommelière Paz Levinson imaginent depuis 2020 des accords mets / boissons sans alcool, suivies par le chef étoilé David Toutain en janvier dernier. Le mixologue Yann Daniel (groupe les Alchimistes) a également fait parler de lui avec ses mocktails signatures pour l'hôtel de la chaîne australienne Tribe (Accor) à Paris.

POURQUOI MAINTENANT ?

- Les villes pionnières de la hype sans alcool sont sans surprise New York et Londres, avec une multiplication ces dernières années d'événements, de concepts, et d'initiatives dédiés à cette abstinence conviviale et cool. La démarche désormais très répandue du *"Dry January"* est une copie du défi éponyme lancé en 2013 par l'organisation britannique Alcohol Change UK et *"soutenu par un collectif d'associations spécialisées dans les addictions, la santé et l'éducation"*. La sobriété comme challenge ponctuel ou régulier est un concept qui se décline sous divers noms (*"Sober October"*, *"Tournée minérale"*, *#sobersunday*, Journée sans alcool de la Fondation Jean Lapointe etc.)



- On associe ces nouvelles pratiques à un changement de mentalité observé chez les jeunes, qui n'ont pas le même rapport à l'alcool et à la fête que leurs aînés. Un court documentaire d'Arte intitulé *Les jeunes ne boivent plus : sans alcool la fête est plus folle* (décembre 2022) et diverses études suédoise (2019), américaine (2021) ou anglaise (2022), sondant la Gen Z sur leur rapport aux addictions, montrent que l'usage des réseaux sociaux pousse les nouvelles générations à contrôler leur image et leurs actes (maîtriser son taux d'alcoolémie étant un bon moyen).

- Plus globalement, les méfaits de l'alcool sur la santé et les liens entre alcoolisation et certains comportements agressifs, dangereux ou problématiques ne sont plus à prouver. La démocratisation de pratiques festives désalcoolisées est une réponse à cette culture ancrée dans les mœurs. Ce nouveau marché et ces pratiques émergentes misent sur la sobriété pour conquérir de nouveaux adeptes et tracer les contours d'une culture festive plus inclusive. Les cibles les plus évidentes étant les personnes de confession musulmane, les femmes enceintes, les seniors, les conducteurs, les personnes allergiques, les anciens addicts ou celles ne souhaitant simplement pas boire (sans devoir se justifier).



Le marché des boissons sans alcool semble être arrivé à maturité et être apte à séduire les prospects de tous les secteurs et milieux. La tendance s'inscrit dans une autre plus large, celle du bien être et du mieux consommer.

Aucun doute quant à l'avenir d'une telle tendance tant ses qualités sociales et sanitaires sont multiples. Mais dans les faits, la tendance semble encore avant tout soutenue par les milieux business, industriels, start-up et marketing d'influence. De même que le type de commerces NoLow qui ouvrent s'adressent clairement à une cible d'urbains branchés et non au grand public que ces boissons inclusives devraient a priori viser.

CONTACTEZ-NOUS POUR :

Commander une étude prospective sur les tendances qui transforment la ville et ses modes de vie.

Si vous rêvez de lire une étude sur les tendances food, d'assister à un kick off sur un monde sans automobile, ou de recevoir régulièrement des moodboards inspirants pour comprendre l'air du temps...



MARGOT.BALDASSI@GMAIL.COM



PHILIPPE.GARGOV@GMAIL.COM

