

# Baromètre de la consommation des boissons alcoolisées 2013

Entreprise & Prévention  
Présentation du jeudi 11 avril 2013

# Le Baromètre de consommation Entreprise & Prévention

---

## Principes :

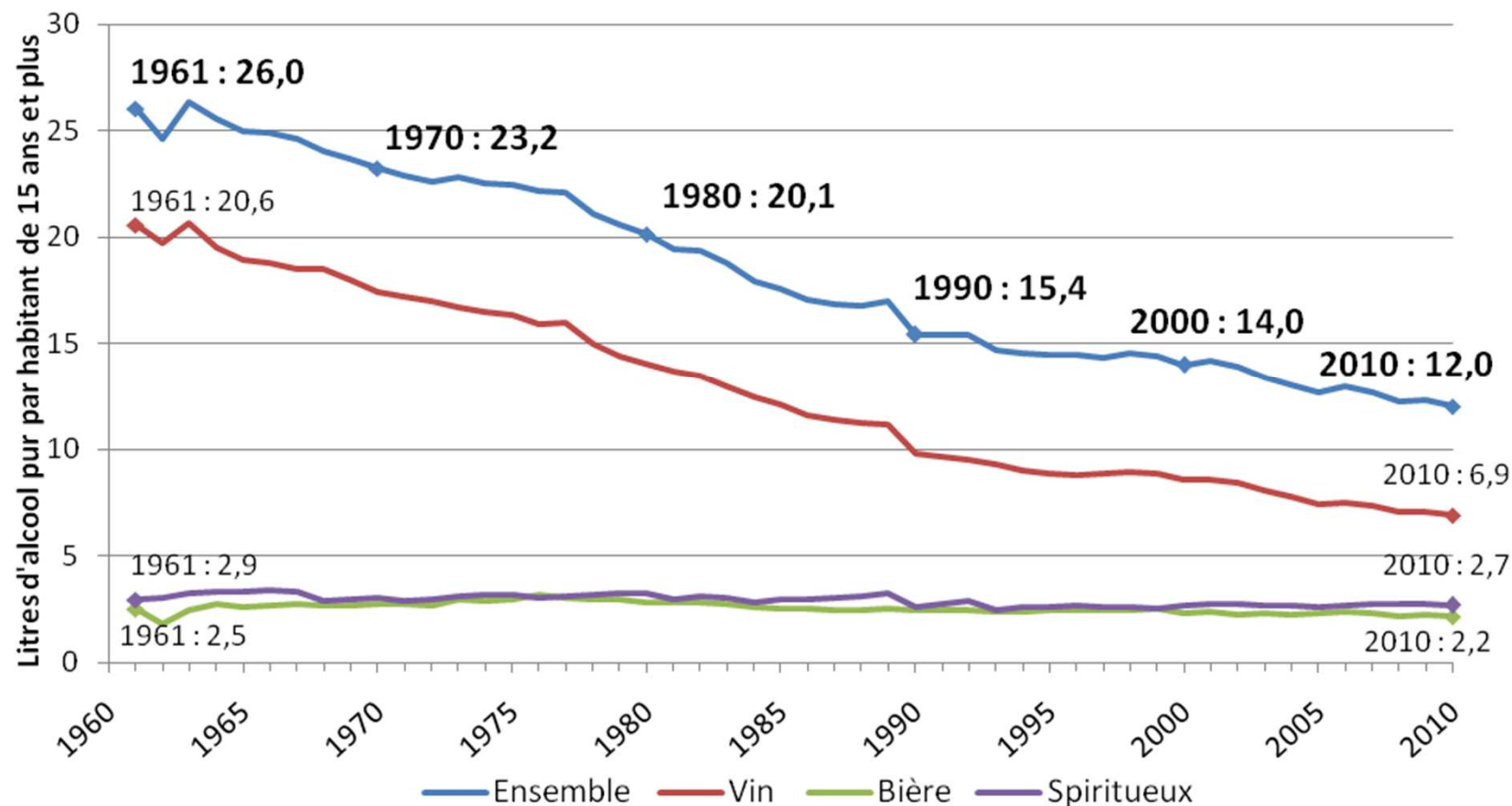
- ▶ 6 indicateurs de consommation suivis annuellement, via trois enquêtes
- ▶ Des données nouvelles / non communiquées

## Les indicateurs du Baromètre

---

- ▶ Indicateur n° 1 : Les usages déclarés des boissons alcoolisées (sondage Ifop)
- ▶ Indicateurs n°2 à n°5 : Les achats des ménages pour leur consommation à domicile et leur évolution depuis six ans (panel Kantar Worldpanel / circuit alimentaire)
- ▶ Indicateur n°6 : La consommation de boissons alcoolisées hors foyers (panel consommateurs CREST / NPD Group)

# Contexte : une baisse continue de la consommation



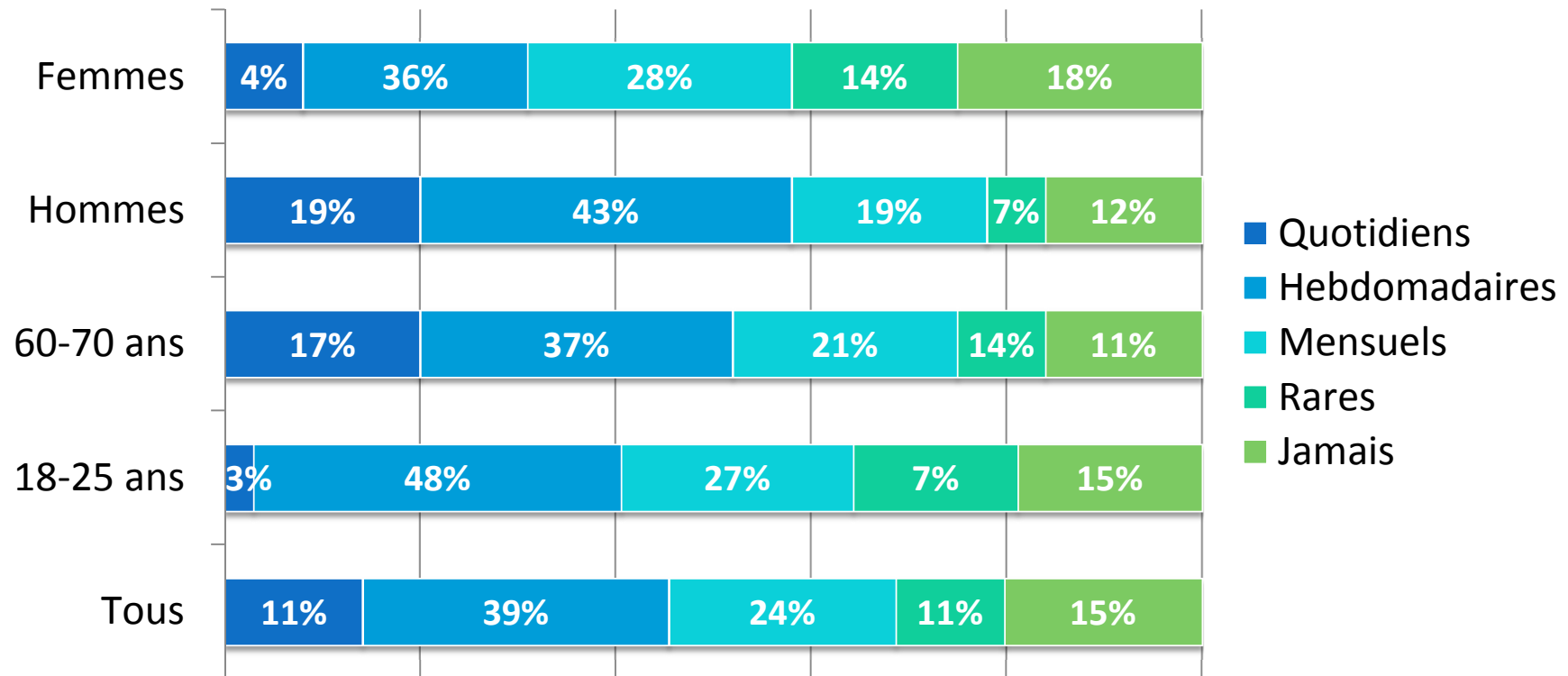
# Indicateur n° 1

## **Usages déclarés des boissons alcoolisées**

IFOP – Février 2013

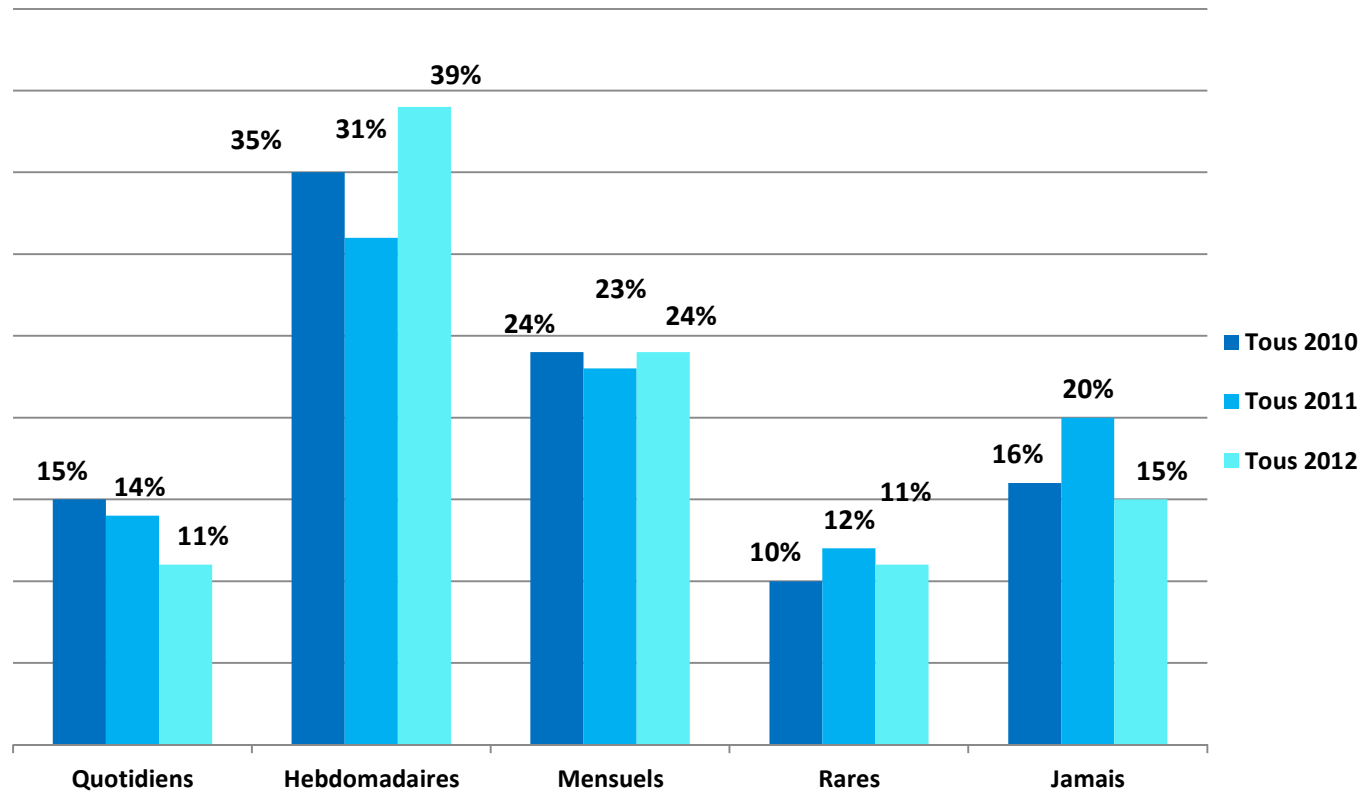
Echantillon représentatif de la population française  
âgée de 18 ans et plus , enquête par téléphone

# Usages déclarés (2012)



Quotidiens : au moins une fois par jour  
 Hebdomadaires : au moins une fois par semaine, mais pas tous les jours  
 Mensuels : au moins une fois par mois, mais pas toutes les semaines  
 Rares : une fois tous les deux ou trois mois, ou moins  
 Jamais : ne consomment jamais de boissons alcoolisées

# Usages déclarés (2010 - 2012)



- Quotidiens : au moins une fois par jour
- Hebdomadaires : au moins une fois par semaine, mais pas tous les jours
- Mensuels : au moins une fois par mois, mais pas toutes les semaines
- Rares : une fois tous les deux ou trois mois, ou moins
- Jamais : ne consomment jamais de boissons alcoolisées

Indicateurs n° 2 à n°5  
**Les achats d'alcool des foyers français**

Kantarworldpanel - 2007-2012- Total France



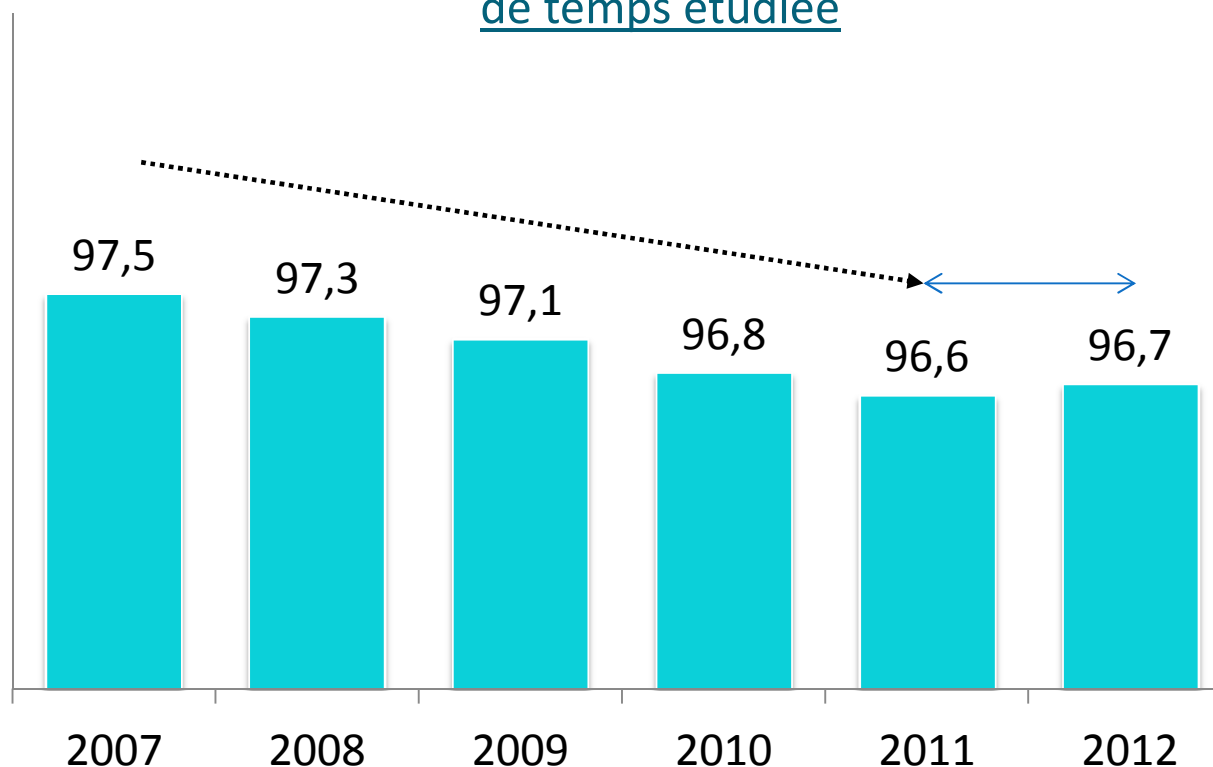
# Définition et périmètre

---

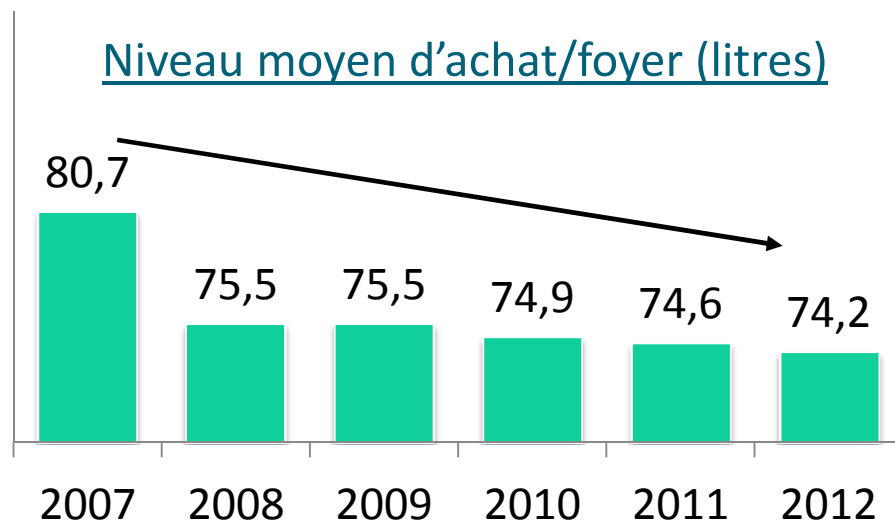
- ▶ **Marché Boissons alcoolisées**
  - ▶ Spiritueux
  - ▶ Bières et panachés
  - ▶ Vins tranquilles
  - ▶ Vins effervescents (champagnes, mousseux, cidres...)
  
- ▶ **Périmètre de l'étude**
  - ▶ Achat pour la consommation à domicile des ménages ordinaires
  - ▶ Echantillon constant et représentatif de 12 000 foyers français
  - ▶ Historique de 6 ans
  
- ▶ **4 indicateurs**
  - ▶ Nombre de ménages acheteurs (%)
  - ▶ Quantités achetées/foyer (litres)
  - ▶ Fréquence d'achat
  - ▶ Budget moyen d'achat des ménages (€)

L'effritement de la taille de la clientèle s'arrête cette année. Les acheteurs de boissons alcoolisées représentent 96,7% des foyers français

% de ménages acheteurs du produit au moins une fois sur la période de temps étudiée

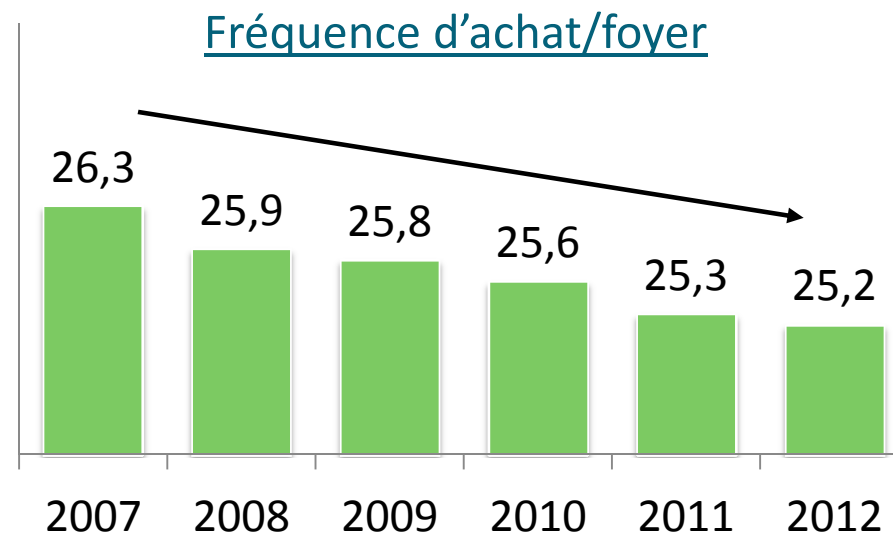


# Une moindre consommation liée à une baisse de la fréquence d'achat



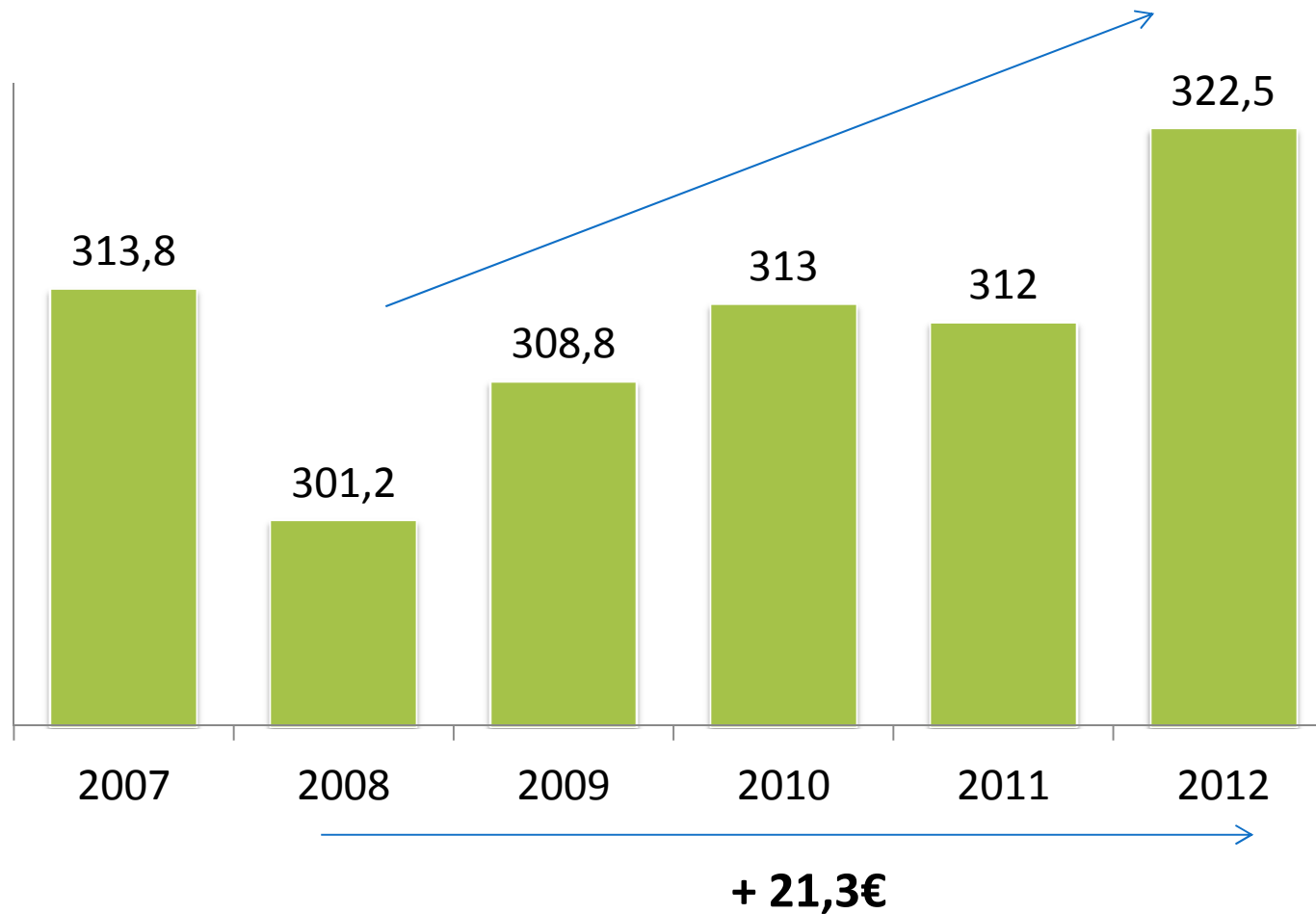
*Une baisse importante entre 2007 et 2008 : -5,2l  
-1,3l depuis 2008*

*1 acte d'achat en moins depuis 2007*



Mais un budget d'achat en hausse de 21 € depuis 2008, le plus fort niveau de dépenses depuis 2007

Budget moyen annuel/foyer (€)



Indicateur n° 6  
**La consommation hors foyers**

Panel CREST France 2012 / NPD Group

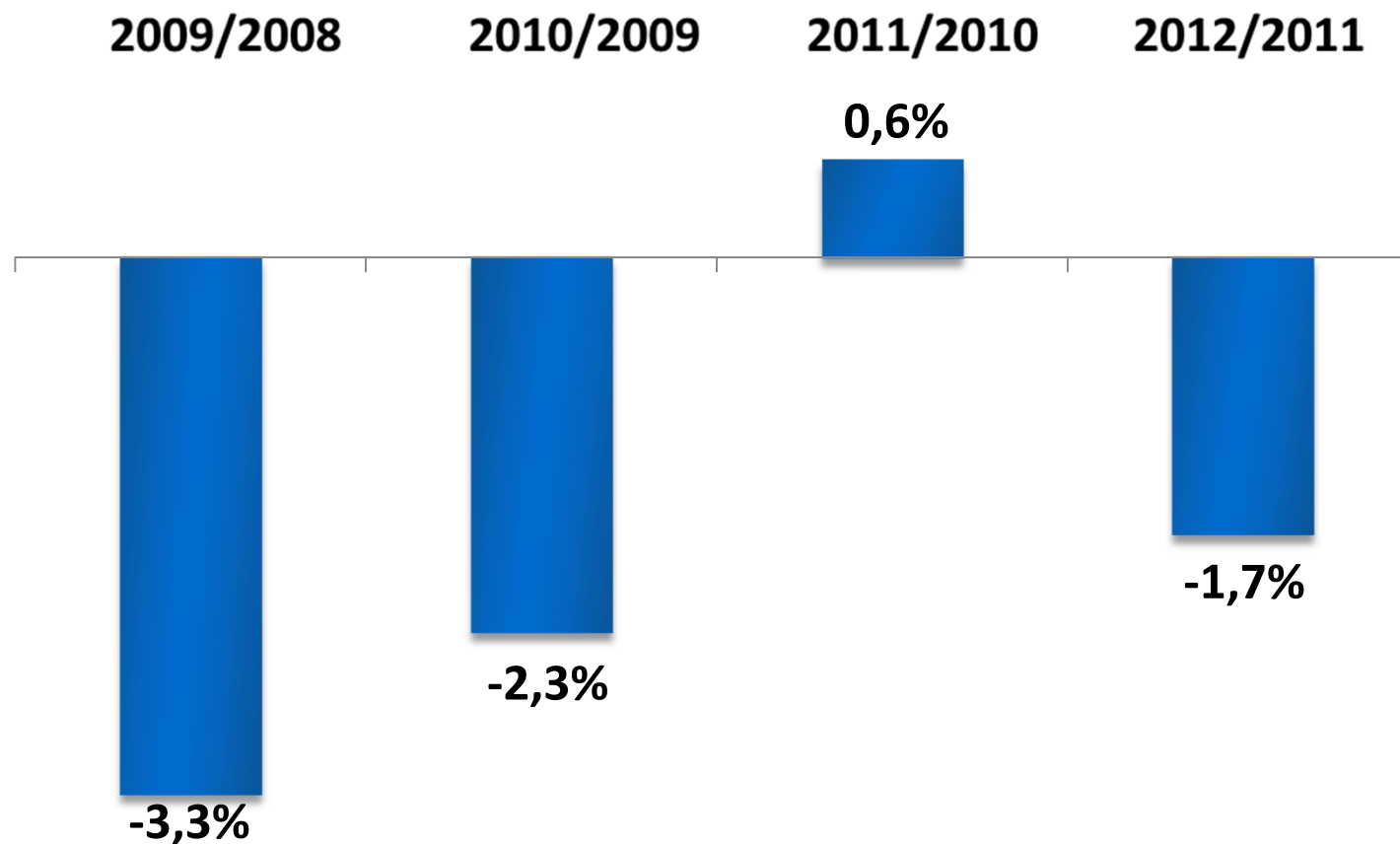
# Méthodologie CREST et définitions

---

- ▶ Méthodologie du panel CREST
  - ▶ Panel consommateurs sur leurs visites hors foyer (via questionnaire internet)
  - ▶ Echantillon représentatif de 14 000 individus français par mois
  - ▶ Couvrant 365 jours sur 365
  
- ▶ Le circuit de la Consommation Hors Domicile (CHD) traditionnelle inclut :
  - ▶ Cafés, bars, brasseries, pubs
  - ▶ Restaurants (chaînés et indépendants)
  - ▶ Etablissements de nuit (discothèques, bars lounge)
  
- ▶ La catégorie Boissons alcoolisées inclut :
  - ▶ Bières (incluant panachés)
  - ▶ Spiritueux
  - ▶ Vins (incluant les effervescents)
  
- ▶ Indicateurs utilisés pour le baromètre :
  - ▶ **1 visite** = 1 client avec au moins une consommation
  - ▶ **Taux de prise Boissons** = part des clients ayant consommé une boisson (en %)

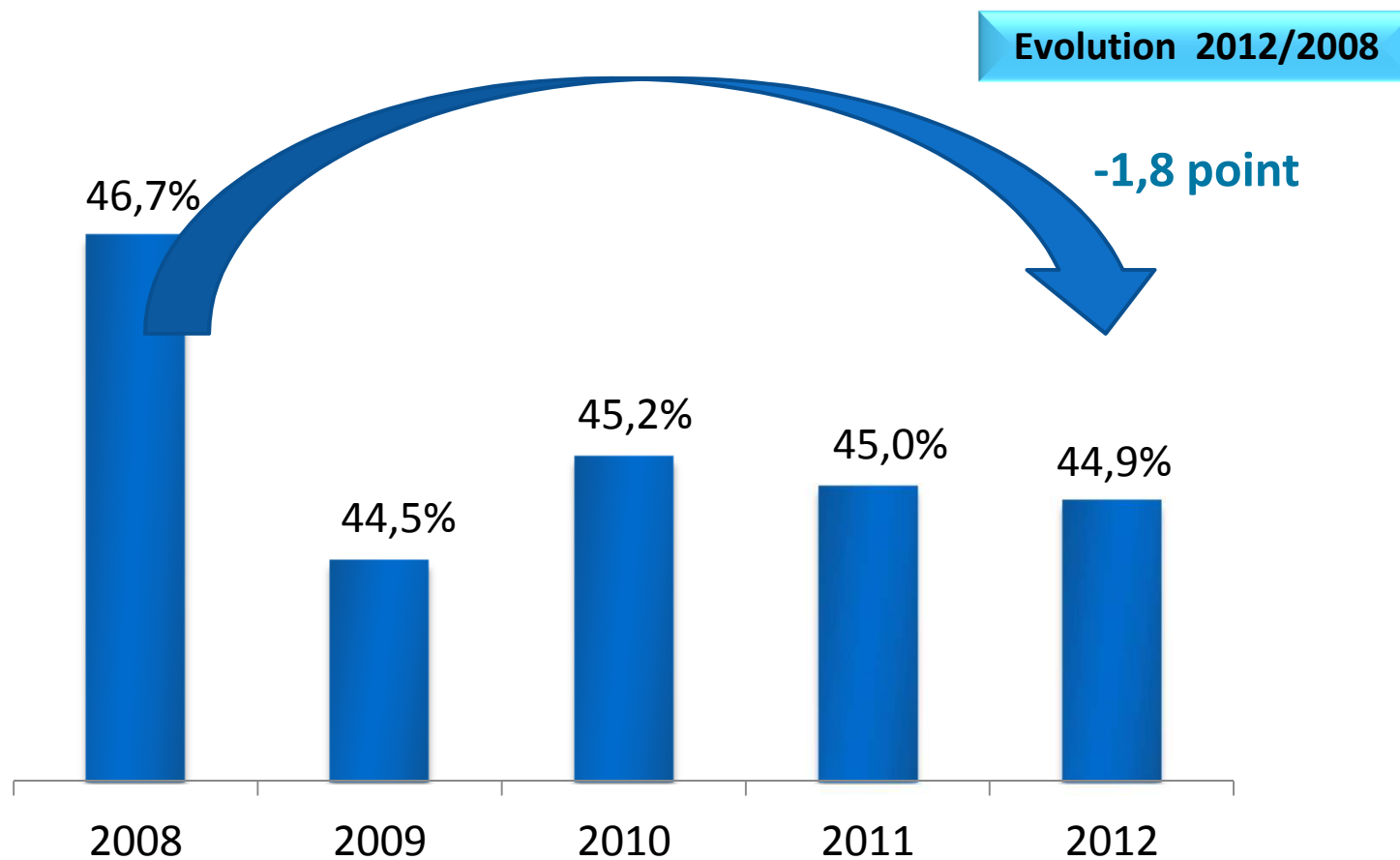
# La reprise de la CHD traditionnelle en 2011 ne s'est pas consolidée en 2012

## ► Evolution des visites vs. n-1



# Une consommation de boissons alcoolisées en baisse à moyen terme

- ▶ Taux de prise de boissons alcoolisées des 18 ans+ en CHD traditionnelle





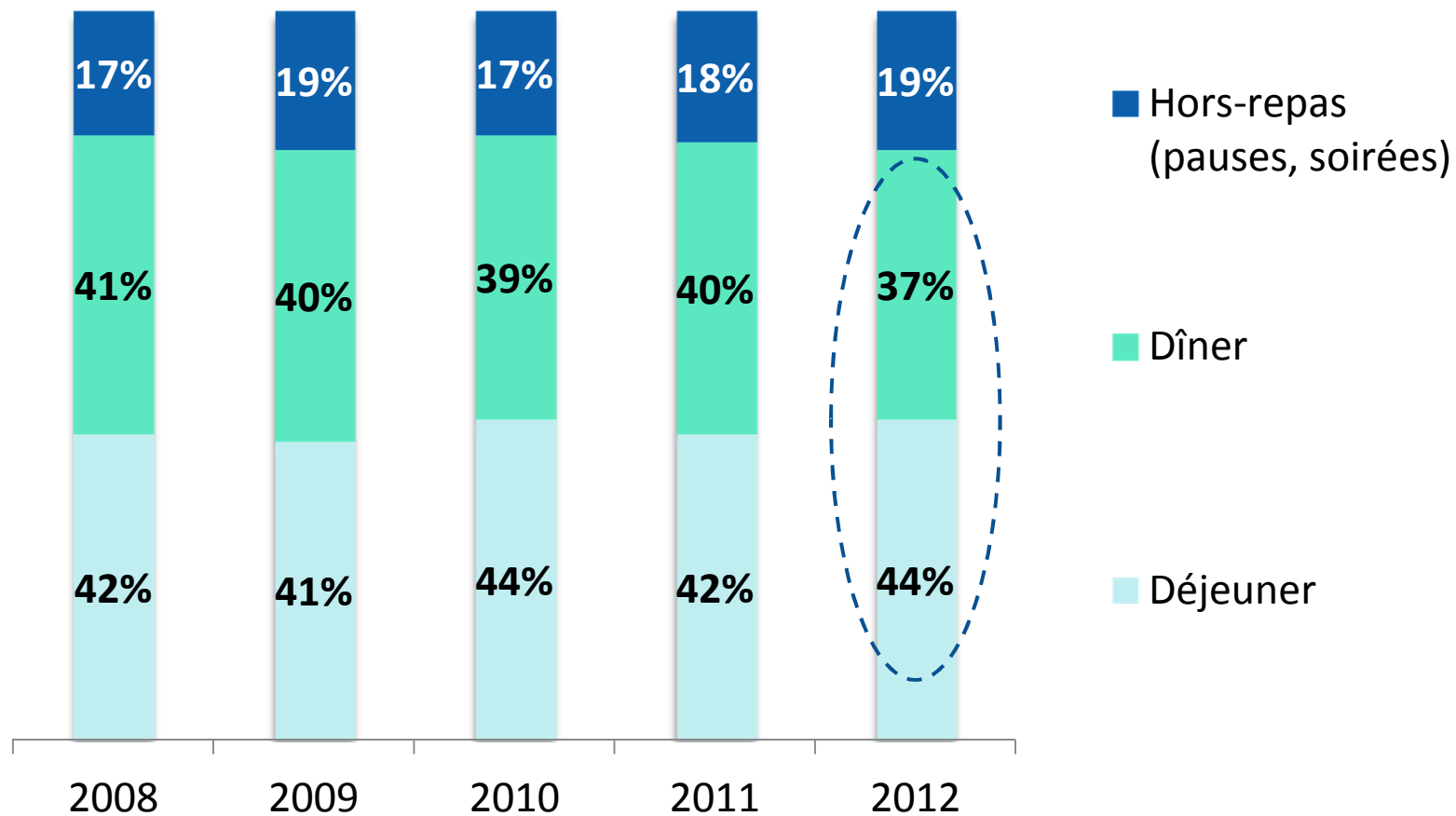
Le cœur de clientèle se consolide à moyen terme : plus de 50% des consommations de boissons alcoolisées sont faites par les hommes et les 45 ans +

► Profil des consommateurs de boissons alcoolisées en CHD traditionnelle en 2012 (100% visites)

Evolution 2012/2008 (pt)	Total	Hommes	Femmes
<b>Total 18+</b>	<b>100%</b>	<b>58%</b>	<b>42%</b>
<b>18-24 ans</b>	<b>14%</b> ↓	<b>5%</b>	<b>9%</b>
<b>25-34 ans</b>	<b>16%</b> ↓	<b>9%</b>	<b>7%</b>
<b>35-44 ans</b>	<b>16%</b> ↓	<b>9%</b>	<b>7%</b>
<b>45-54 ans</b>	<b>20%</b> ↑	<b>12%</b>	<b>8%</b>
<b>55 ans et plus</b>	<b>34%</b> ↑	<b>23%</b>	<b>11%</b>

# Les habitudes restent ancrées : le repas reste le moment clé pour les boissons alcoolisées

- Répartition des consommations de boissons alcoolisées des 18 ans+ en CHD traditionnelle en 2012



## 4. Conclusions

## Quelques conclusions...

---

- ▶ **Dépenser plus pour consommer mieux** : on constate une baisse continue des quantités de boissons alcoolisées achetées (- 6,5 litres depuis 2007) et une tendance à la hausse du budget moyen qui leur est consacré depuis 2008 (+ 21.3 €). On peut en déduire que les Français préfèrent acheter moins souvent mais des produits de meilleure qualité.
- ▶ La diminution régulière de la consommation quotidienne souligne la nécessité d'orienter les messages de prévention sur **les repères de consommation occasionnelle**, comme le seuil à ne pas dépasser de 4 unités d'alcool en une seule occasion, et sur les situations à risque (conduite, grossesse...).

*Questions...*