

# Baromètre de la consommation des boissons alcoolisées 2012

Entreprise & Prévention

# Le baromètre de consommation

---

## Entreprise & Prévention

### Principes :

- ▶ 5 indicateurs de consommation suivis annuellement, via deux enquêtes
- ▶ Un « focus » thématique sur une tendance : cette année, l'évolution de la consommation hors domicile (CHD)
- ▶ Des données nouvelles / non communiquées

## Les indicateurs / le Focus 2012

---

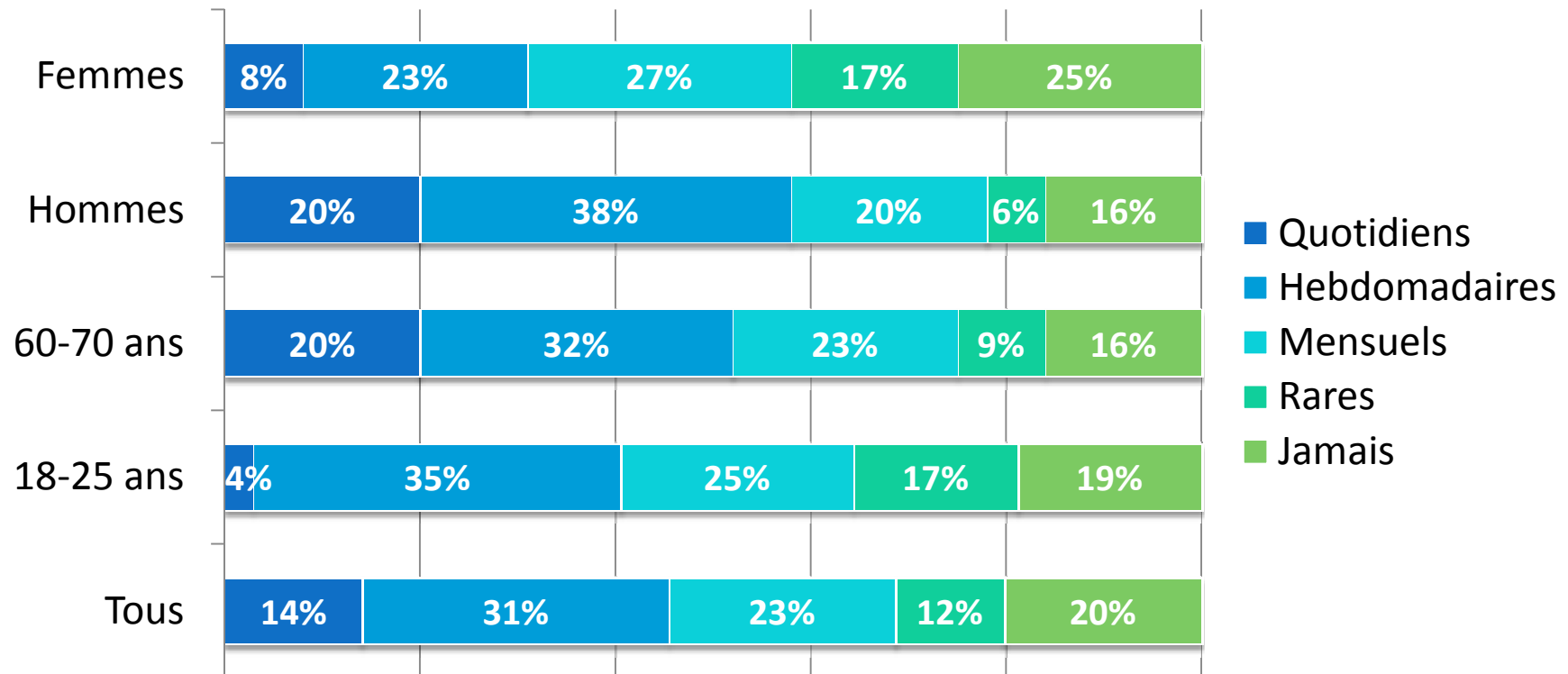
- ▶ Indicateur n° 1 : Les usages déclarés de boissons alcoolisées (sondage Ifop)
- ▶ Indicateurs n°2 à n°5 : Les achats des ménages et leur évolution depuis cinq ans (panel Kantar Worldpanel / circuit alimentaire)
- ▶ Focus thématique : les tendances de la consommation hors foyers (panel consommateurs CREST / NPD Group)

Indicateur n° 1  
**Usages déclarés des boissons alcoolisées**

IFOP – Novembre 2011

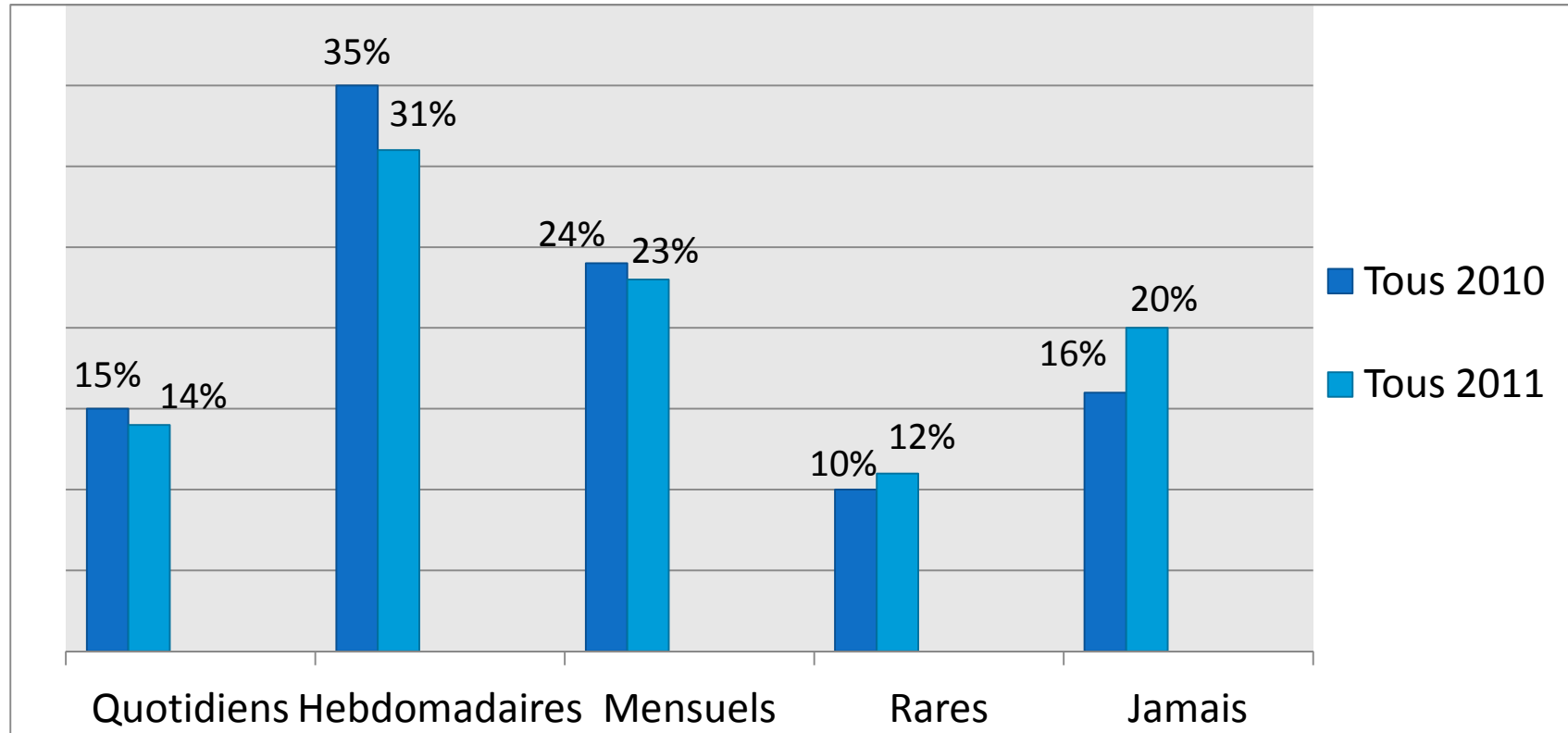
Echantillon représentatif de la population française  
âgée de 18 ans et plus , enquête par téléphone

# Usages déclarés (2011)



Quotidiens : au moins une fois par jour  
 Hebdomadaires : au moins une fois par semaine, mais pas tous les jours  
 Mensuels : au moins une fois 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 - 2011)



Quotidiens : au moins une fois par jour  
 Hebdomadaires : au moins une fois par semaine, mais pas tous les jours  
 Mensuels : au moins une fois 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 - 2007-2011- Total France

# Définition et périmètre

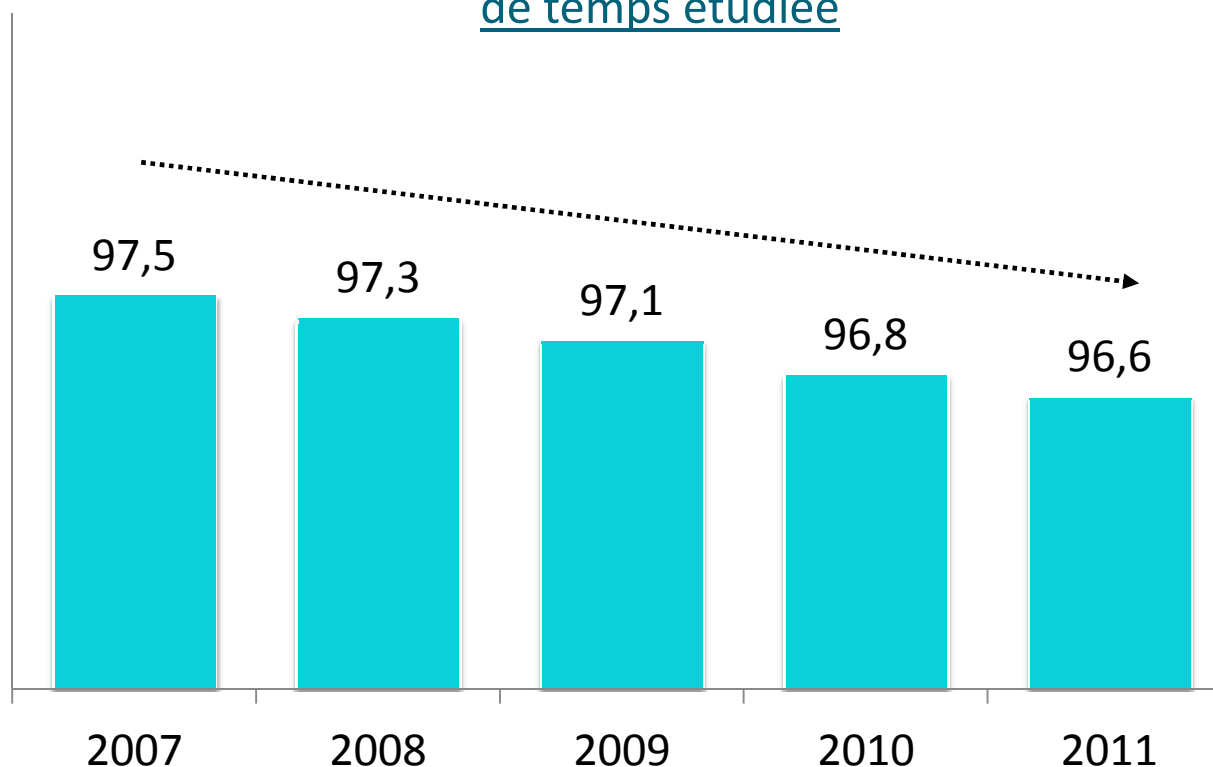
---

- ▶ **Marché Boissons alcoolisées**
  - ▶ Spiritueux
  - ▶ Bières et panachés
  - ▶ Vins tranquilles
  - ▶ Vin 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 4 ans
  
- ▶ **4 indicateurs**
  - ▶ Nombre de ménages acheteurs (%)
  - ▶ Quantités achetées/Foyer (L)
  - ▶ Fréquence d'achat
  - ▶ Budget moyen d'achat des ménages (€)

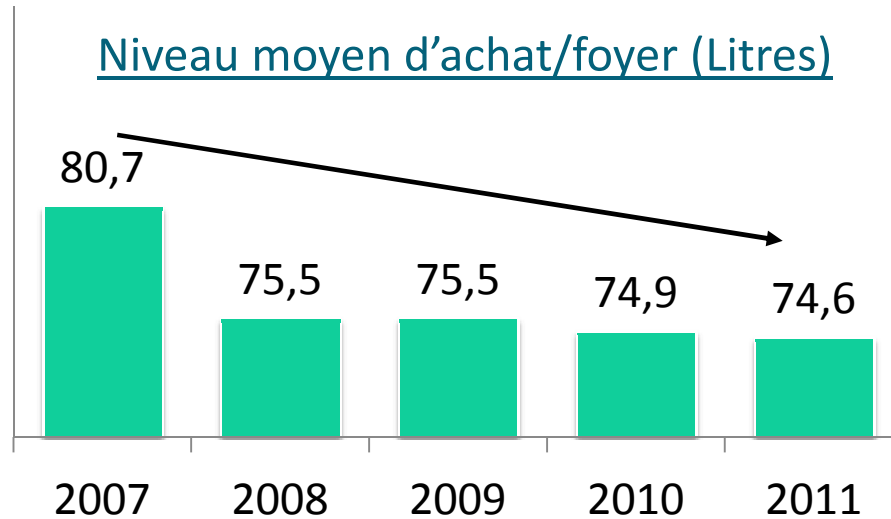


Les foyers français sont légèrement moins nombreux à acheter de l'alcool mais représentent quand même 96% des foyers français

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



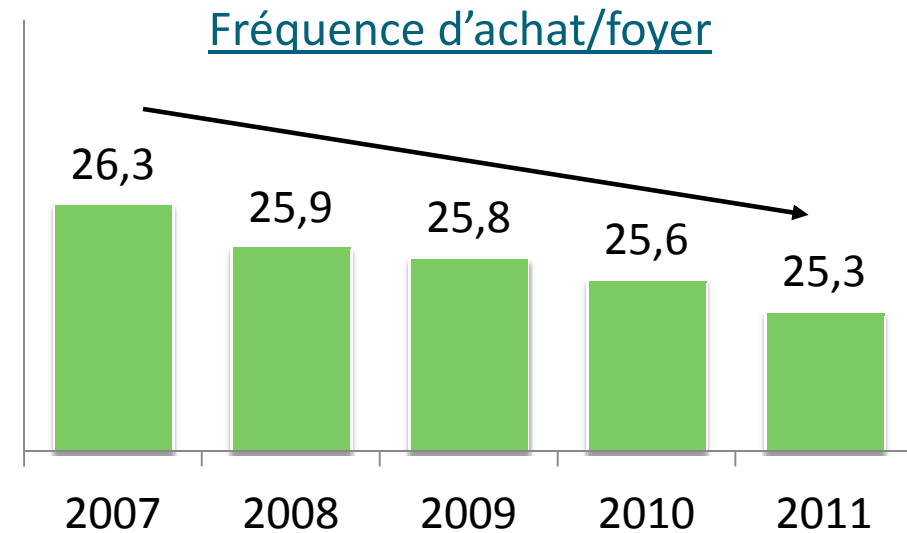
## Une moindre consommation liée à une baisse de la fréquence d'achat



*Une baisse importante entre 2007 et 2008 : -5,2L*

*-0,9L depuis 2008*

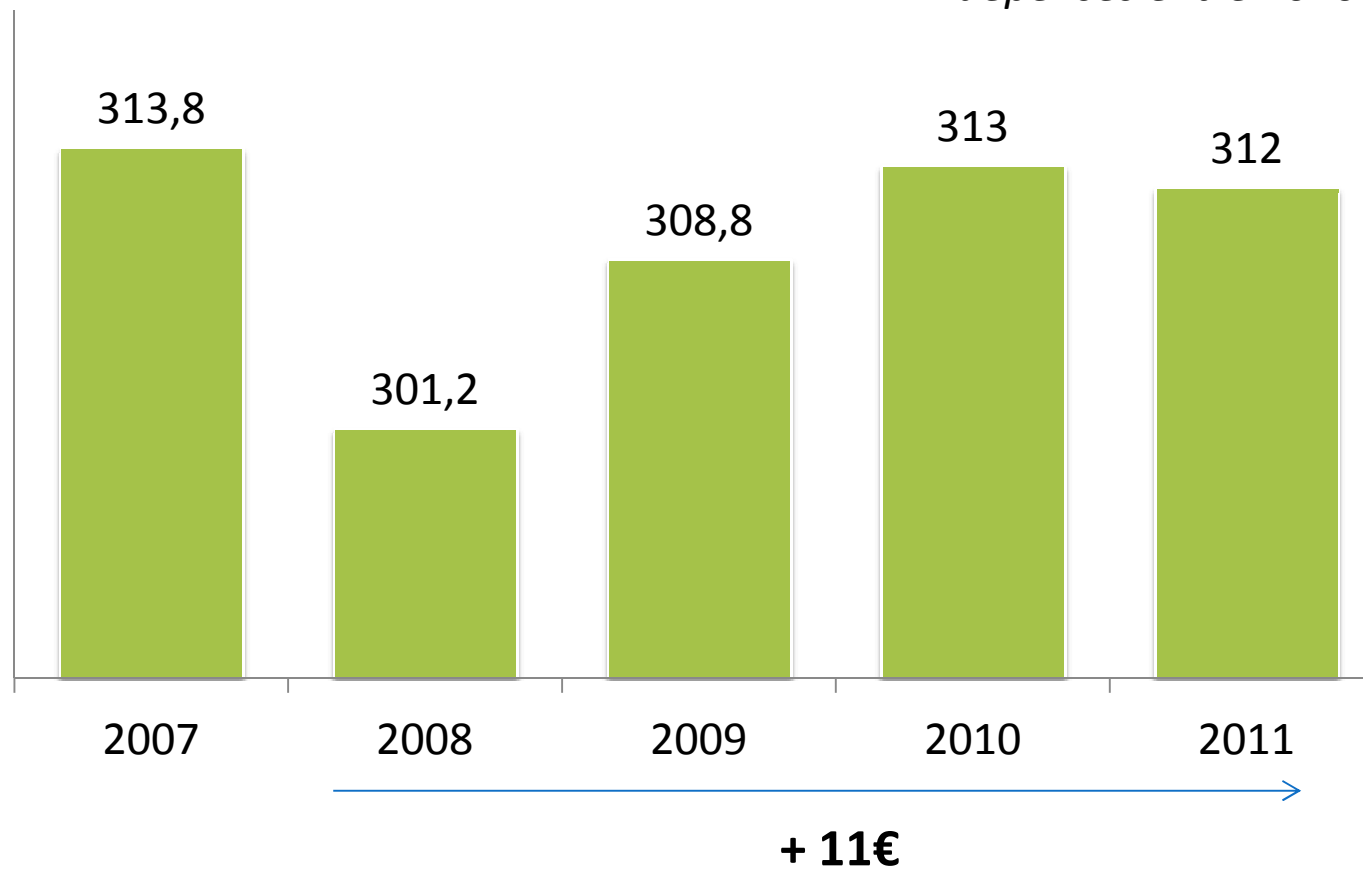
*Environ 1 acte d'achat en moins depuis 2007*



## Mais un budget d'achat en hausse de 11 € depuis 2008

Budget Moyen annuel/foyer (€)

*Notons une stabilisation des dépenses entre 2010 et 2011*



## 3. Focus sur la consommation hors foyers

Panel CREST France 2011 / NPD Group

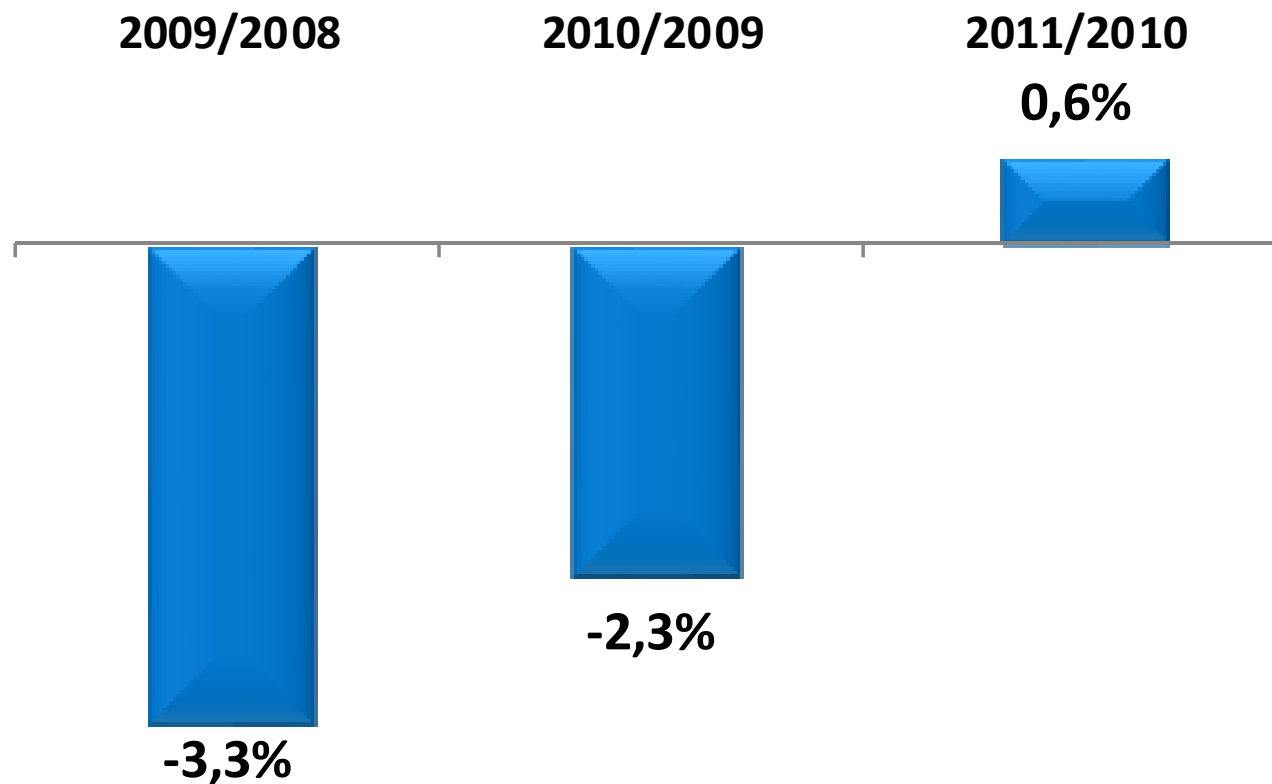
# Méthodologie CREST et définitions

---

- ▶ Méthodologie du panel CREST
  - ▶ Panel consommateurs sur leurs visites hors foyer (via questionnaire internet)
  - ▶ Echantillon représentatif de 12 000 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 %)

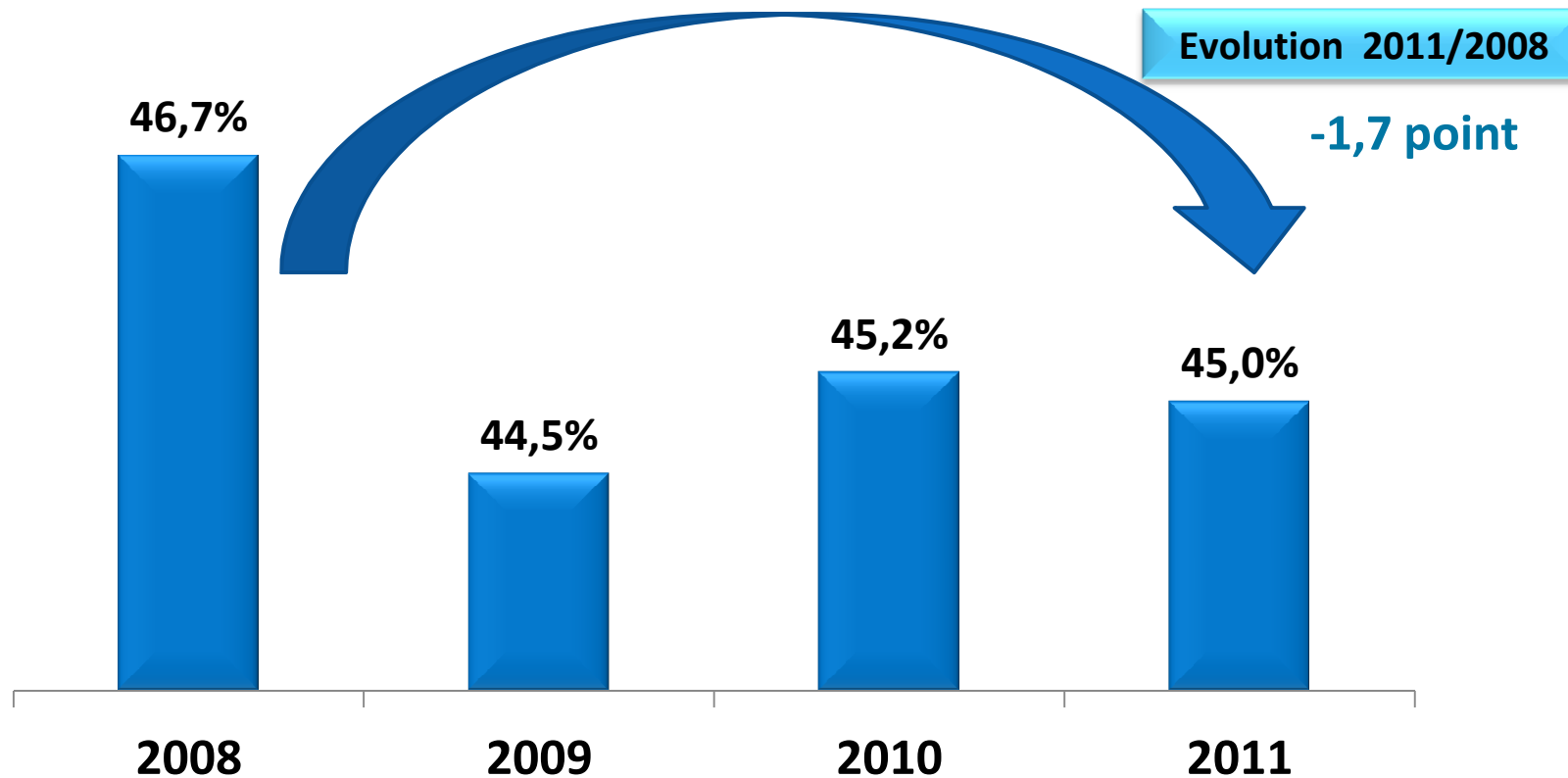
# Le circuit de la CHD Traditionnelle retrouve enfin de la croissance en 2011

## ► Evolution des visites vs. n-1



# Une consommation des boissons alcoolisées en baisse à moyen-terme

## ► Taux de prise des Boissons Alcoolisées des 18 ans+ en CHD Traditionnelle



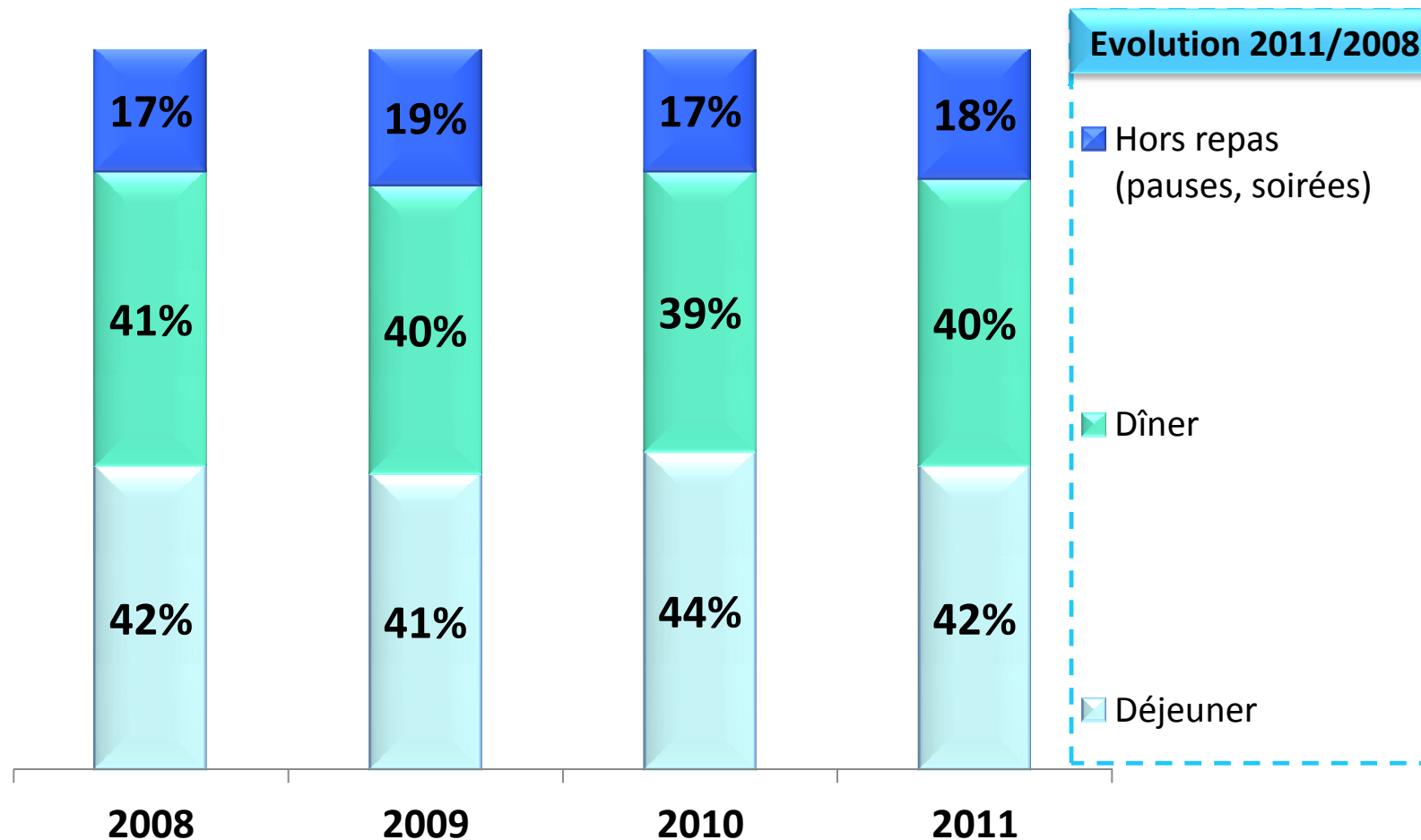
Le cœur de clientèle se consolide à moyen-terme : plus de 50% des consommations d'alcools sont faites par les hommes et les 45 ans +

► Profil des consommateurs de Boissons Alcoolisées en CHD Traditionnelle en 2011 (100% visites)

	Evolution 2011/2008 (pt)		Total	Hommes	Femmes
<b>Total 18+</b>			<b>100%</b>	<b>55%</b>	<b>45%</b>
<b>18-24 ans</b>		↓	<b>15%</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>
<b>25-34 ans</b>		↓	<b>16%</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>
<b>35-44 ans</b>		↓	<b>19%</b>	<b>10%</b>	<b>9%</b>
<b>45-54 ans</b>		↑	<b>21%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>
<b>55 ans et plus</b>		↑	<b>30%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>



# Les habitudes restent ancrées : le repas reste le moment-clé pour les alcools



► Répartition des consommations de Boissons Alcoolisées des 18 ans+ en CHD Traditionnelle en 2011

## 4. Conclusions

## Quelques conclusions...

---

1. La consommation de boissons alcoolisées concerne 8 Français sur 10 ; leur mode de consommation devient de plus en plus qualitatif sous l'effet de plusieurs facteurs (goût/plaisir/gastronomie, enjeu santé/route, crise et pouvoir d'achat...).
2. Les tendances de la consommation à domicile et de la consommation hors foyers se rejoignent : effritement du nombre de consommateurs, moindre fréquence d'achat ou de consommation, usage plus festif ou convivial des boissons alcoolisées...
3. Cette évolution plaide pour une prévention fondée sur des repères de consommation, qui sont d'autant importants que la consommation se fait plus occasionnelle, festive voire déstructurée...