

- Épisode 70 -



#70



B2



- La tendance du
sans alcool -

Situation : Écouter et comprendre une chronique radio sur la tendance du sans alcool.

Nicole : C'est l'heure de notre chronique « La société et vous » et aujourd'hui nous allons évoquer la tendance croissante du *No-Low* en France, c'est-à-dire de la consommation de boissons avec peu ou pas d'alcool. En effet, les mentalités évoluent et depuis les années 1960, la consommation des Français n'a fait que diminuer : en 1961, il fallait compter 26 litres d'alcool par habitant et par an, tandis qu'en 2017, ce chiffre s'élève à 11,7 litres.

On retrouve notre chroniqueuse Apolline qui va nous en parler. Bonjour Apolline !

Apolline : Bonjour Nicole !

Nicole : Alors Apolline, pouvez-vous nous expliquer plus en détail ce que signifie le *No-Low* ?

Apolline : Et bien, ce concept anglo-saxon vient de la contraction entre *No Alcohol* et *Low Alcohol* et désigne les boissons sans alcool ou avec peu d'alcool. Cette tendance s'inscrit dans une démarche plus large de réduction de la consommation d'alcool, motivée par des préoccupations de santé, un désir de *conscious drinking* c'est-à-dire boire de façon responsable, ainsi qu'un intérêt pour l'impact environnemental.

Nicole : Et qui est concerné par cette tendance ?

Apolline : D'après le baromètre 2024 de SOWINE, 28 % des Français consomment des boissons *No-Low*. Malgré une incitation à la consommation d'alcool profondément ancrée dans la culture française, la tendance *No-Low* continue de croître, notamment parmi les jeunes, indiquant un changement durable des mentalités et des habitudes. Cette tendance attire de plus en plus les 18-24 ans, qui privilégient ces boissons lors des apéritifs, des soirées ou des repas de célébration, selon un rapport de l'IFOP publié en décembre 2022. Au-delà des jeunes, le *No-Low* répond également aux désirs des consommateurs qui, par choix ou par contrainte, ne boivent pas d'alcool comme les femmes enceintes, les conducteurs automobiles ou les pratiquants d'une religion.

Nicole : Concrètement, comment se manifeste cette nouvelle façon de consommer ?

Apolline : Cela a commencé il y a quelques années avec le *Dry January*, un défi d'origine britannique durant lequel on ne boit pas d'alcool pendant les 31 premiers jours de l'année. Cet événement fait de plus en plus d'adeptes chaque année. On peut également souligner le succès de la bière sans alcool, qui a force d'innovation et de communication, a su conquérir un public : 65% des boissons *No-Low* consommées sont des bières.

Aujourd'hui, les bars et restaurants élargissent leur offre de boissons sans alcool en réponse à la demande croissante, proposant des alternatives aux cocktails classiques et des créations innovantes. La tendance *No-Low* se développe même dans la haute gastronomie, avec des accords mets/boissons non alcoolisés. Des cavistes sans alcool voient le jour, comme « Le Paon qui boit » à Paris ou encore « Gueule de Joie » à Nantes.

Nicole : Cette tendance va-t-elle s'installer durablement dans le mode de consommation des Français ?

Apolline : Bien qu'elles ne parviendront probablement jamais à séduire tout le monde, les boissons *No-Low* en sont encore à leurs débuts. Les consommateurs recherchent désormais des choix variés et les industriels l'ont bien compris. La majorité des grands groupes proposent des gammes de bières, de vins, et même de spiritueux sans alcool. D'autres se tournent vers des boissons contenant une faible teneur en alcool, comme des vins légers, qui sont moins riches que les vins traditionnels. En revanche, les vins désalcoolisés ou à faible alcool ne représentent que 10 % des boissons de cette catégorie, et leur réussite gustative reste encore incertaine.

Nicole : Merci pour toutes ces informations Apolline, on vous retrouve très bientôt pour nous parler d'un nouveau sujet.

Apolline : Avec plaisir ma chère Nicole et n'oubliez pas, l'alcool est à consommer avec modération.

