



Les Français et le Slow Drinking

Sondage Ifop pour Bacardi-Martini France

Juin 2017

Contact Ifop :
Département Opinion et
Stratégies d'Entreprise
Fabienne GOMANT
Directrice adjointe
Marion CHASLES-PAROT
Chef de groupe
fabienne.gomant@ifop.com
01 45 84 14 44

Slow
DRINKING
L'ART DE SAVOURER ET DE PARTAGER



Sommaire

1 - La méthodologie

2 - Les résultats de l'étude

- A – Perceptions générales autour du « Slow Drinking »
- B – Le renouveau du cocktail (les pratiques)
- C – La consommation responsable

3 - Les principaux enseignements

1 | La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour Bacardi-Martini France

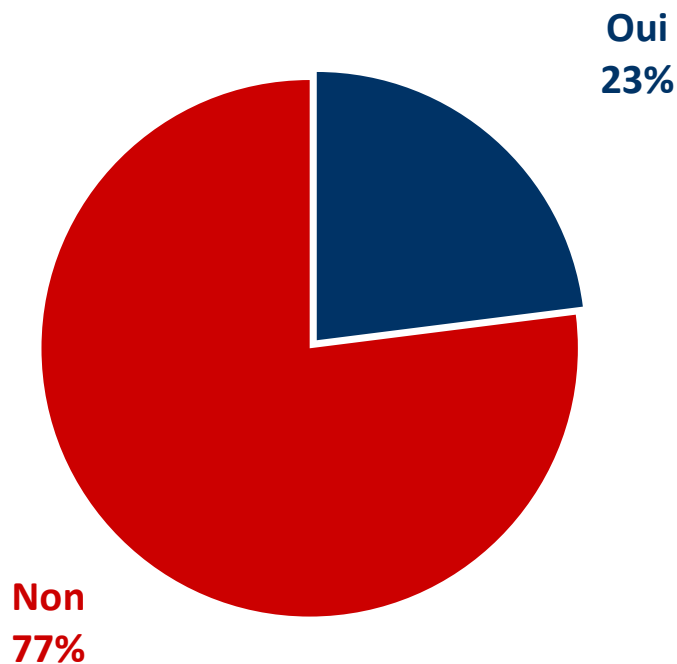
Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
 L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 2001 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus et consommant des cocktails à base de boissons alcoolisées.	 La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	 Les interviews ont été réalisées par téléphone du 12 au 19 Mai 2017.

2 | Les résultats de l'étude

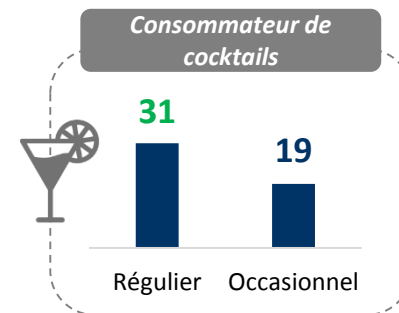
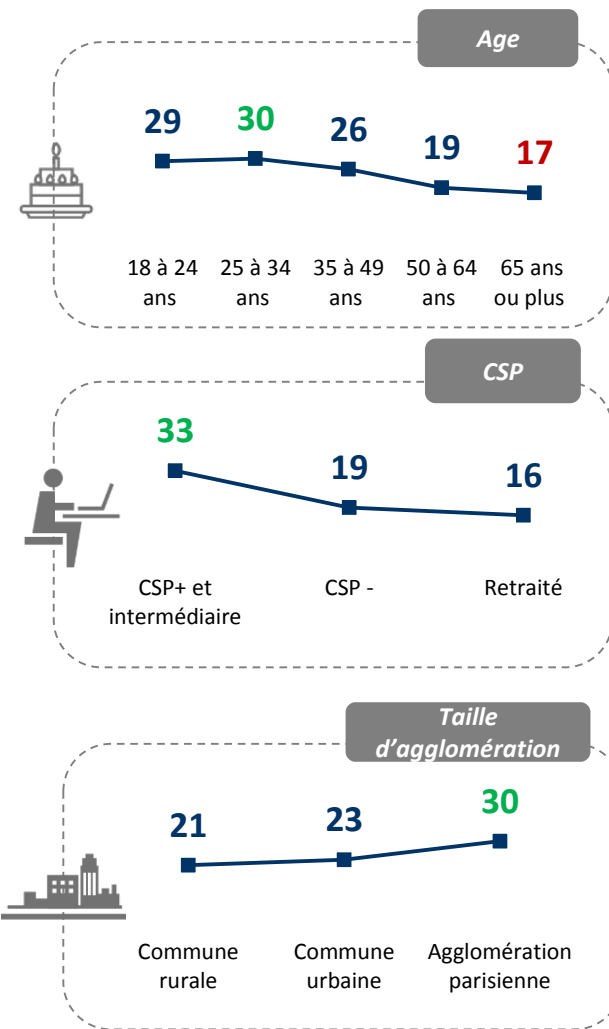
A | Perceptions générales autour du « Slow Drinking »

La notoriété de la tendance « Slow life »

QUESTION : Avez-vous déjà entendu parler de mouvements ou tendances « Slow », de la « Slow Life » ?



Focus « Oui »

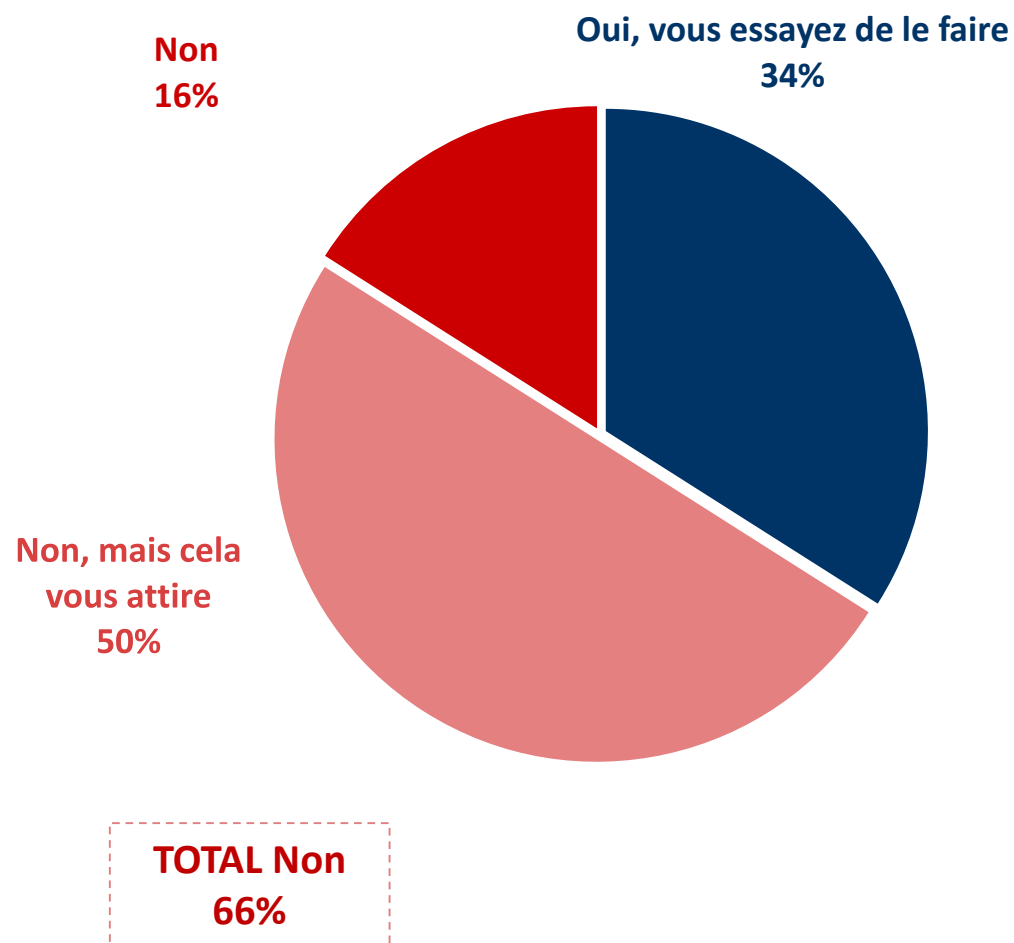


Note de lecture : les résultats significativement supérieurs à la moyenne sont en vert ; en rouge, les résultats significativement inférieurs.

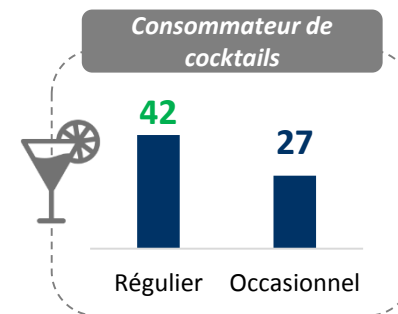
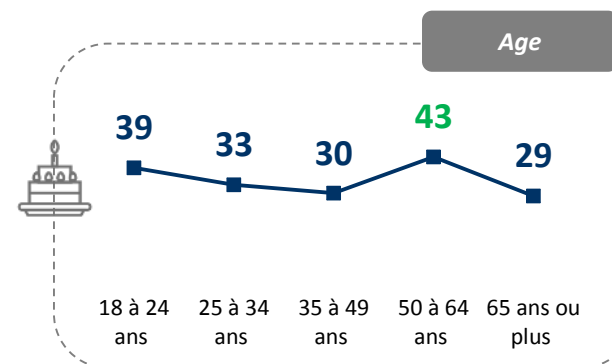
La propension à mettre en œuvre la tendance « Slow » dans la vie de tous les jours

QUESTION : Et à propos de ces mouvements ou tendances « Slow », diriez-vous que c'est quelque chose que vous essayez de mettre en œuvre dans votre vie de tous les jours ?

Base : aux personnes ayant entendu parler de mouvements ou tendances « Slow », soit 23% de l'échantillon

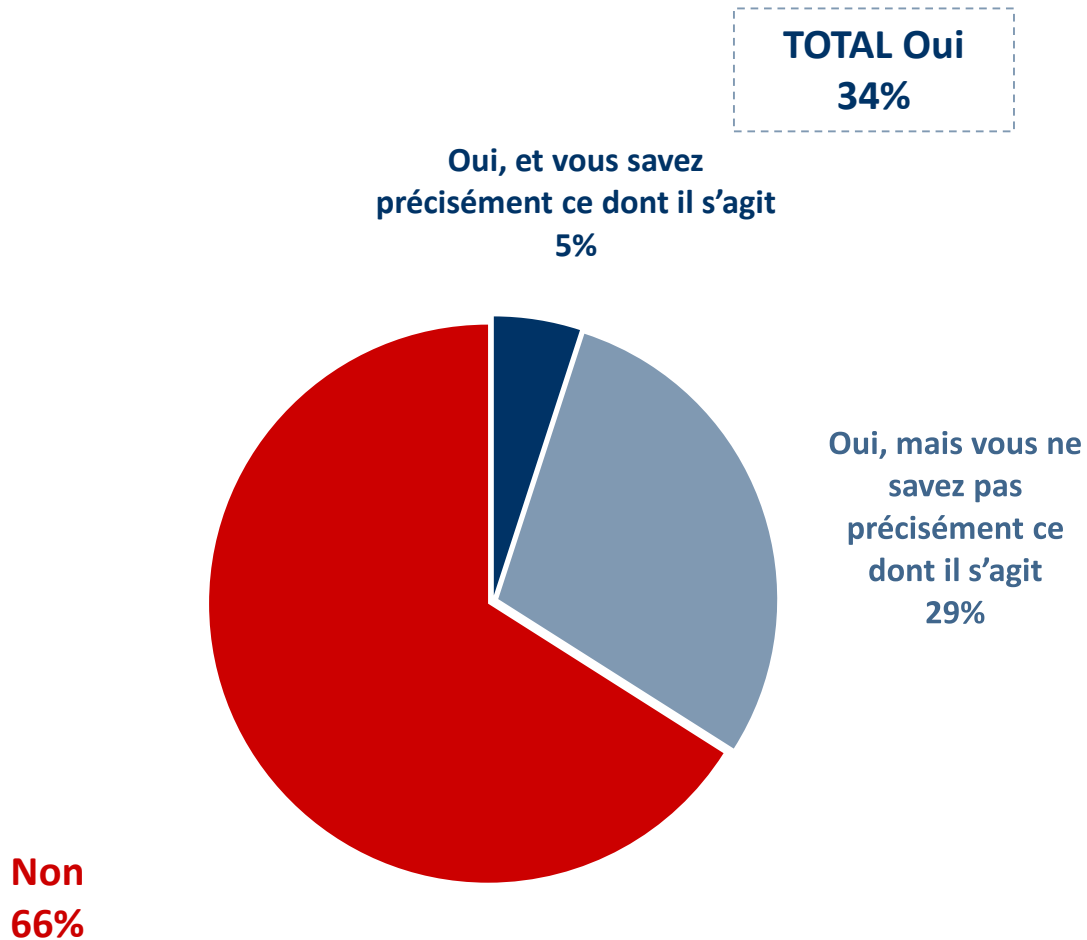


Focus « Oui, vous essayez de le faire »

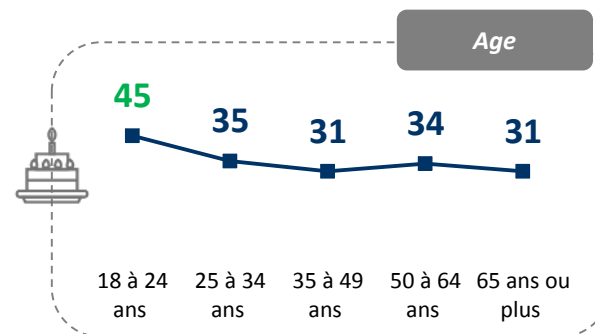


La notoriété du « Slow Drinking »

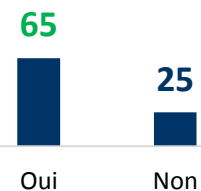
QUESTION : Avez-vous déjà entendu parler du « Slow Drinking » ?



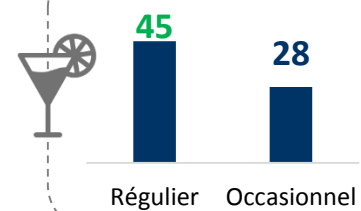
Focus « TOTAL Oui »



Connaît la tendance Slow



Consommateur de cocktails



Mise à niveau : Le « Slow Drinking » est un art de vivre qui consiste à prendre le temps de préparer, partager et savourer un cocktail. Cette dégustation permet alors à la qualité, celle de la boisson et du moment, de prendre le pas sur la quantité.

QUESTION : Pour chacun des qualificatifs suivants, veuillez indiquer si, à vos yeux, celui-ci s'applique tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout au « Slow Drinking » ?

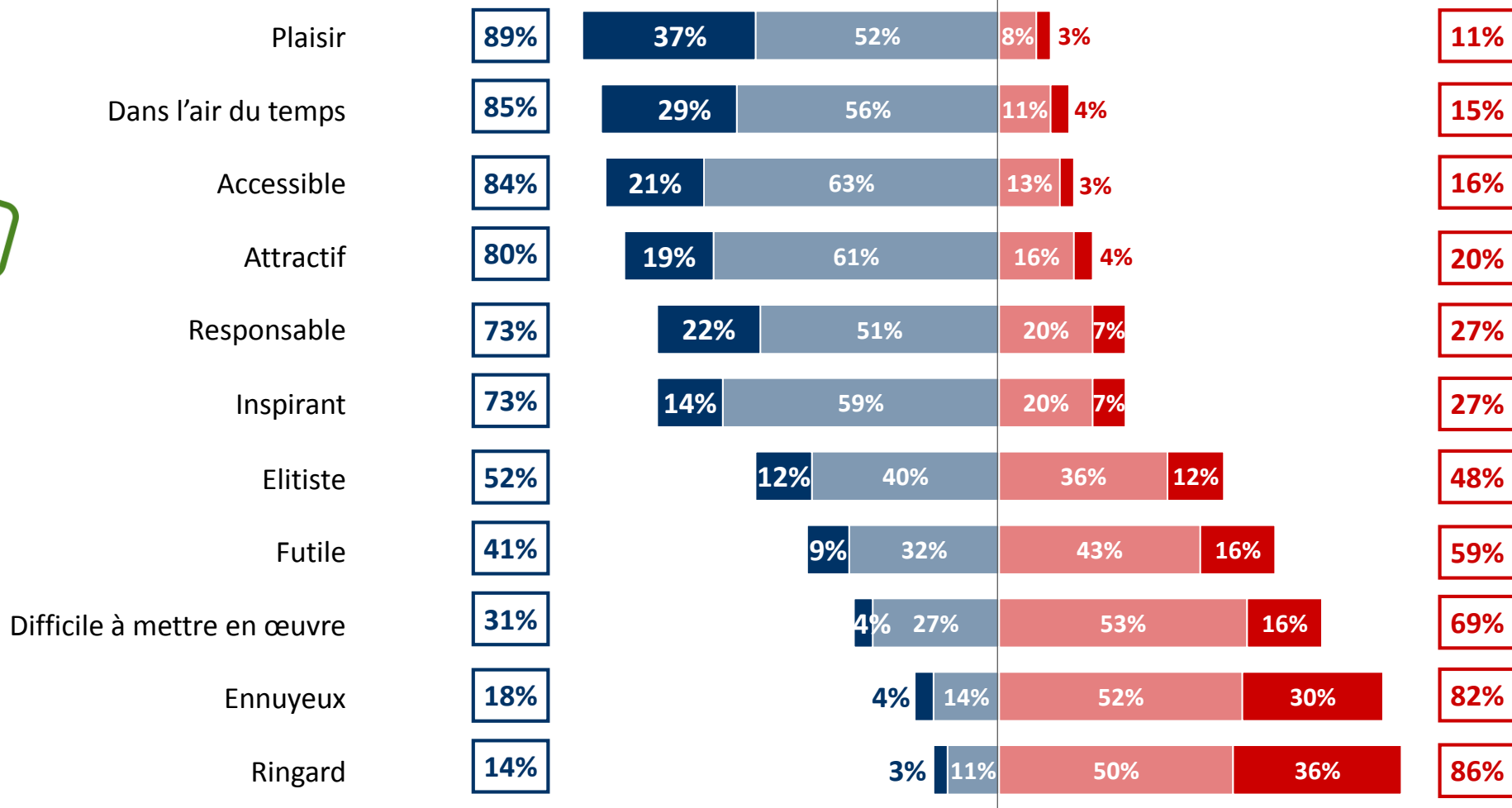


Note de lecture : le nuage de mots est généré à partir des verbatims issus des réponses spontanées à la question ouverte. La taille d'un mot dans le visuel reflète sa récurrence dans les verbatims : plus le mot est écrit gros, plus il a été utilisé par les interviewés. La place du mot au sein du nuage n'a pas de signification particulière, pas plus que sa couleur.

QUESTION : Pour chacun des qualificatifs suivants, veuillez indiquer si, à vos yeux, celui-ci s'applique tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout au « Slow Drinking » ?

Total « OUI »

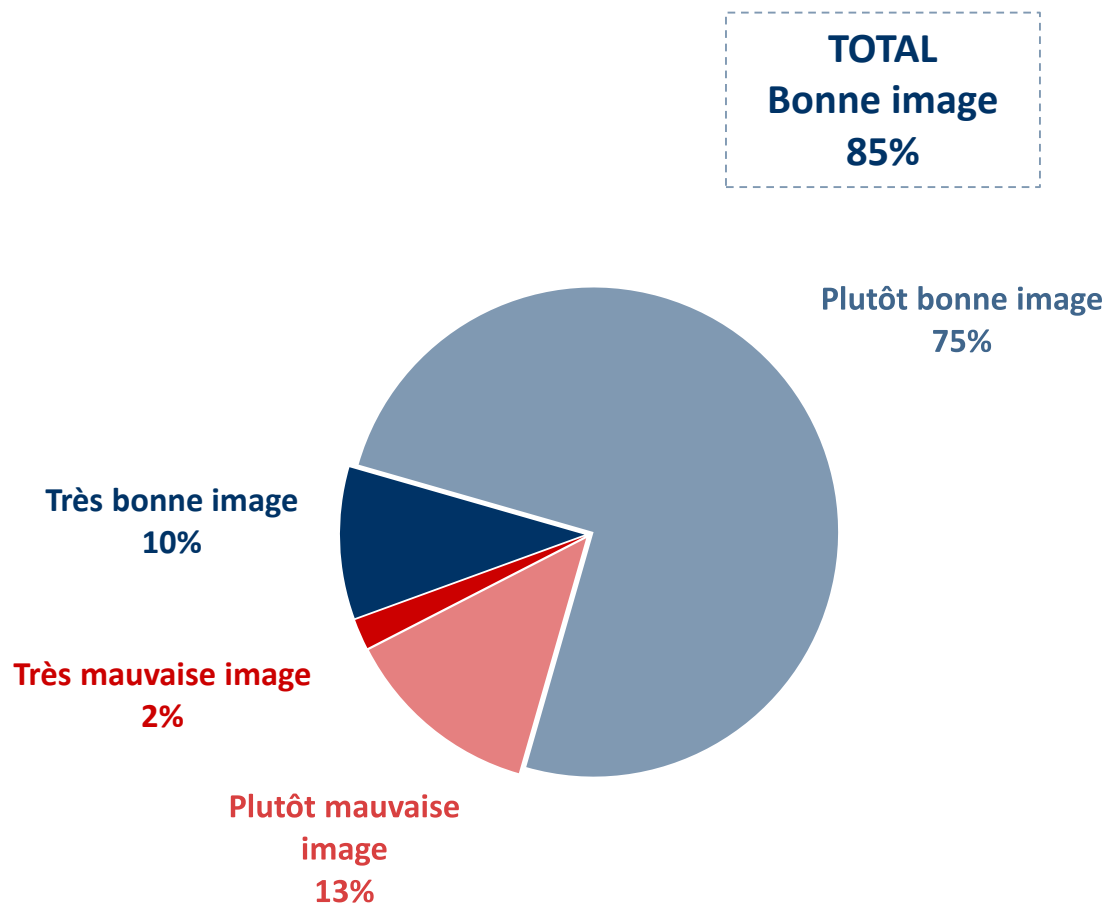
Total « NON »



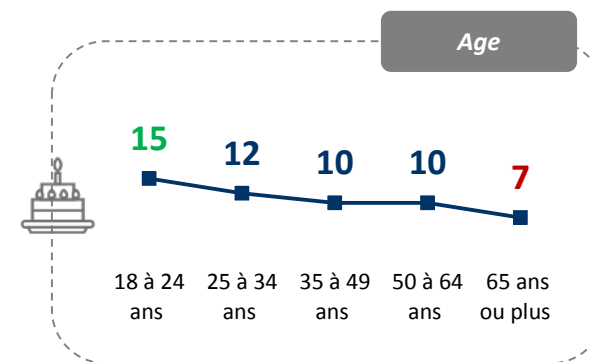
■ Tout à fait ■ Plutôt ■ Plutôt pas ■ Pas du tout

L'image globale du « Slow Drinking »

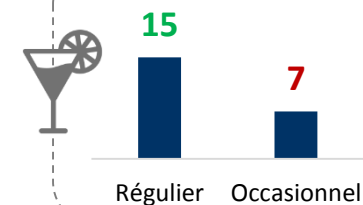
QUESTION : De manière générale, et d'après ce que vous en savez, diriez-vous que vous avez une très bonne image, plutôt bonne image, plutôt mauvaise image ou très mauvaise image du « Slow Drinking » ?



Focus « Très bonne image »



Consommateur de cocktails



Il s'agit d'une analyse statistique qui permet de **visualiser conjointement** :

- ✓ La « contribution » de chaque item à la formation de l'image globale
- ✓ L'appréciation de chaque items d'image

La « contribution » des items à la formation de la note globale est déterminée à partir d'une analyse de variance : **le Test de Fisher.**

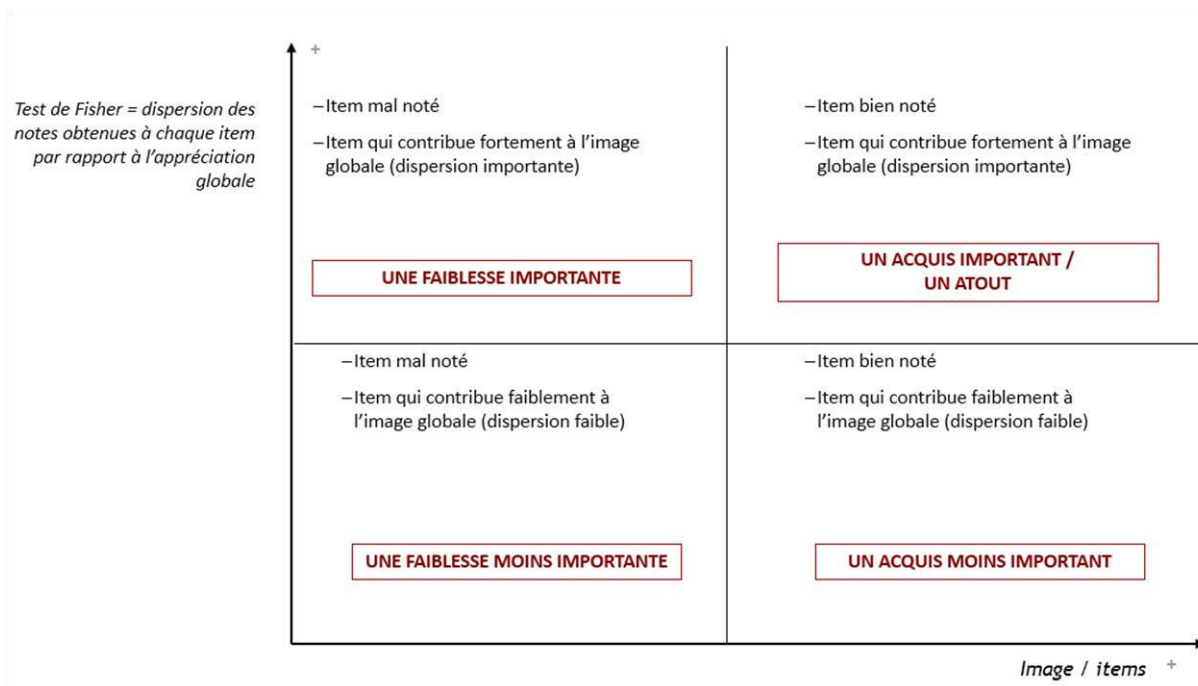
Elle hiérarchise les items d'image en fonction de la relation entre :

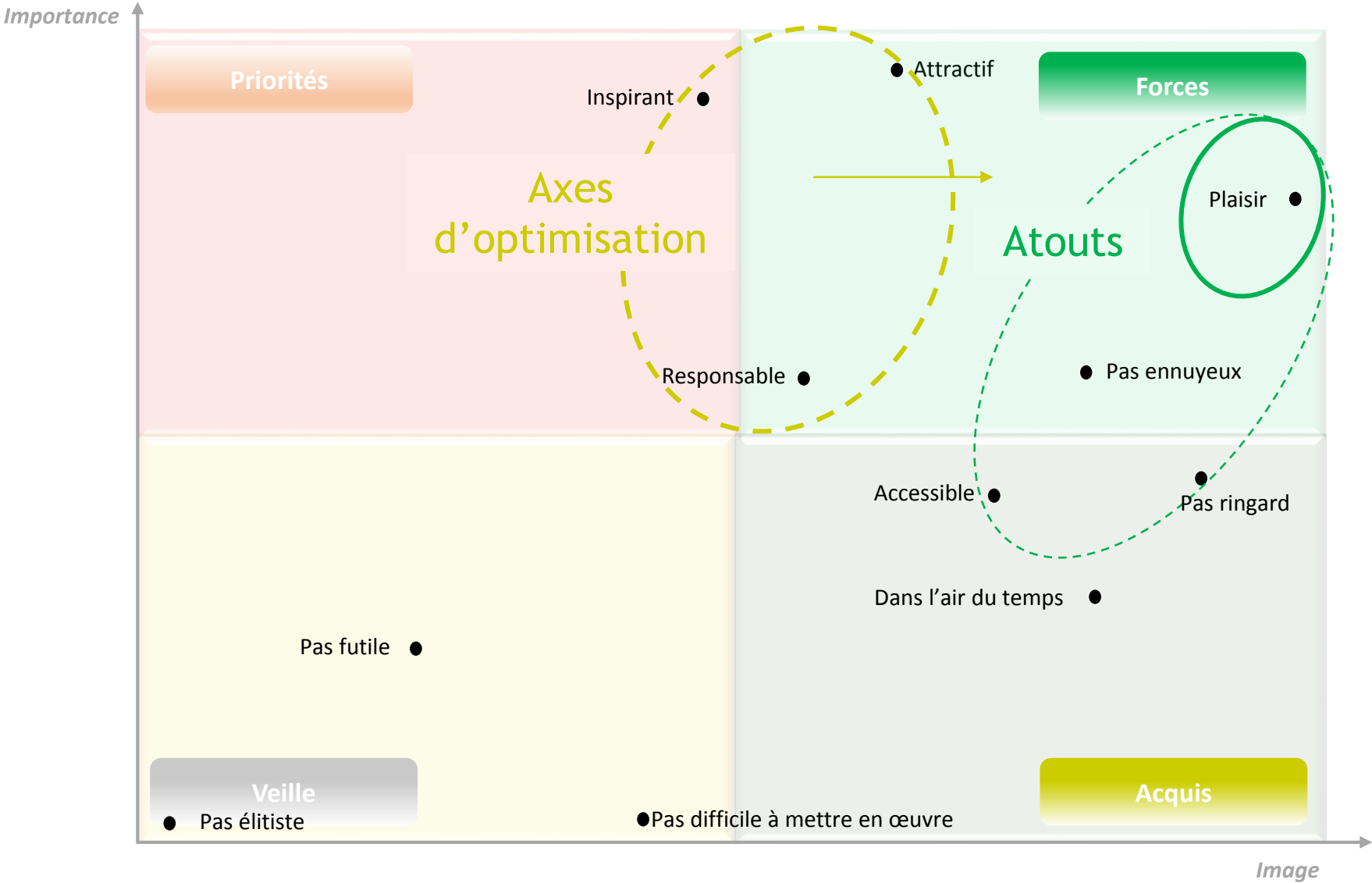
- ✓ la dispersion des notations sur l'item,
- ✓ et la dispersion des notations sur la note globale.

Plus la dispersion des notes est importante sur un item, plus la valeur du Test de Fisher est importante et plus l'item est considéré contribuer à la formation de la confiance globale.

Le Test de Fisher est représenté sur l'axe vertical et le score obtenu à chaque item d'image de la région sur l'axe horizontal.

Dans le cadre de cette étude, **les variables utilisées pour expliquer la formation de l'image globale** sont les déterminants détaillés de l'image

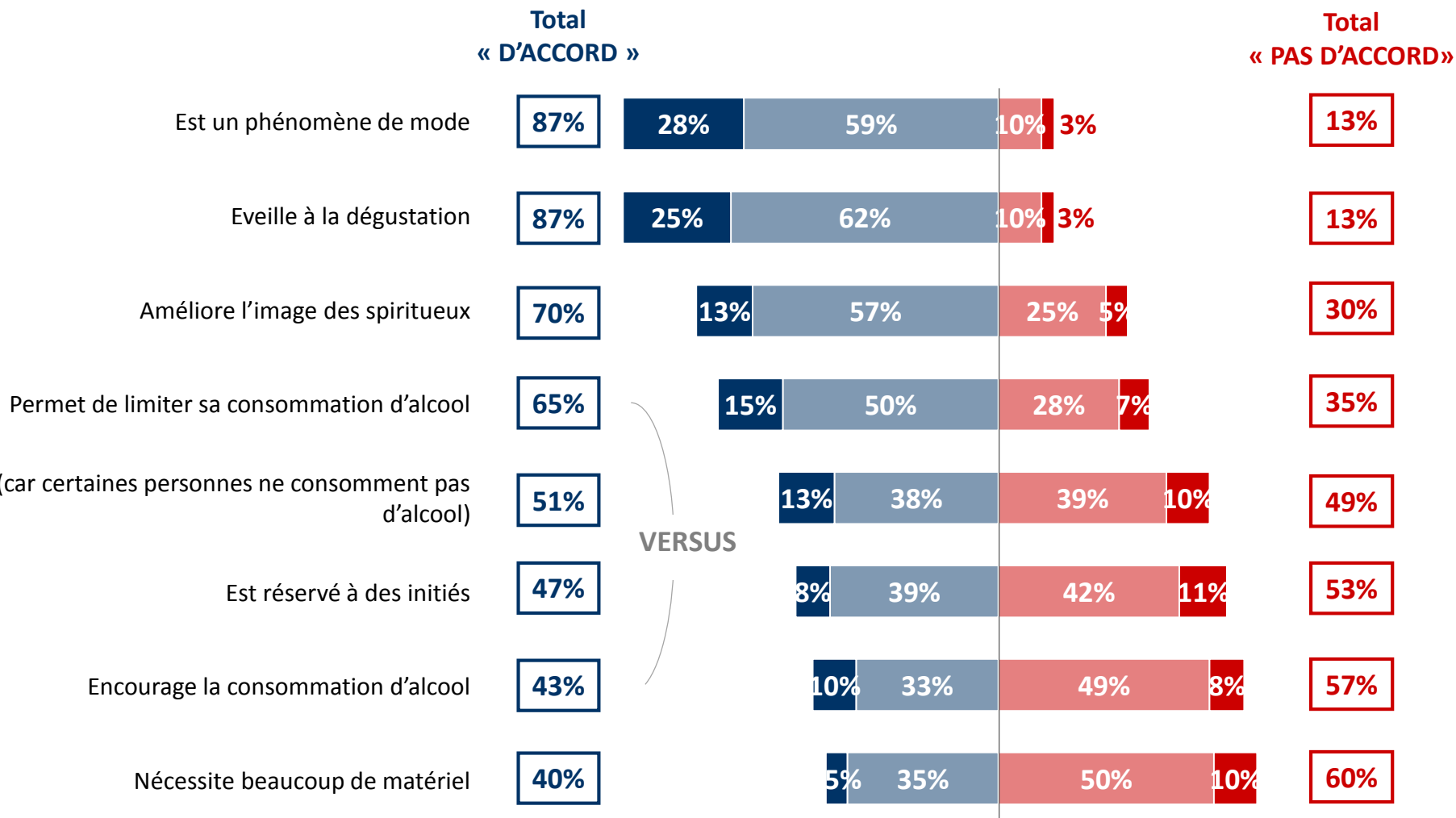




Les perceptions autour du « Slow Drinking »

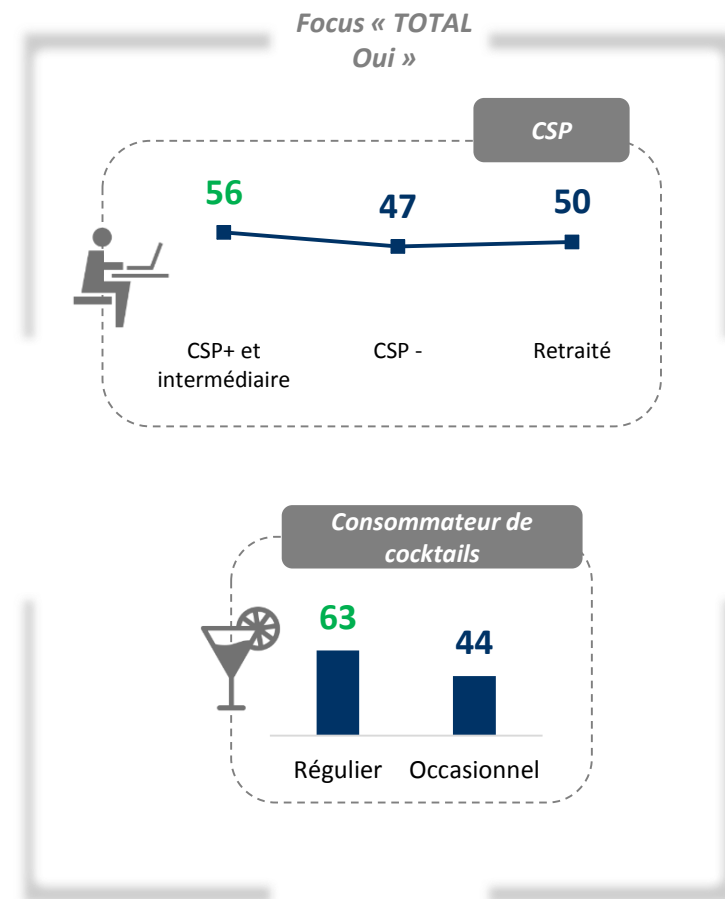
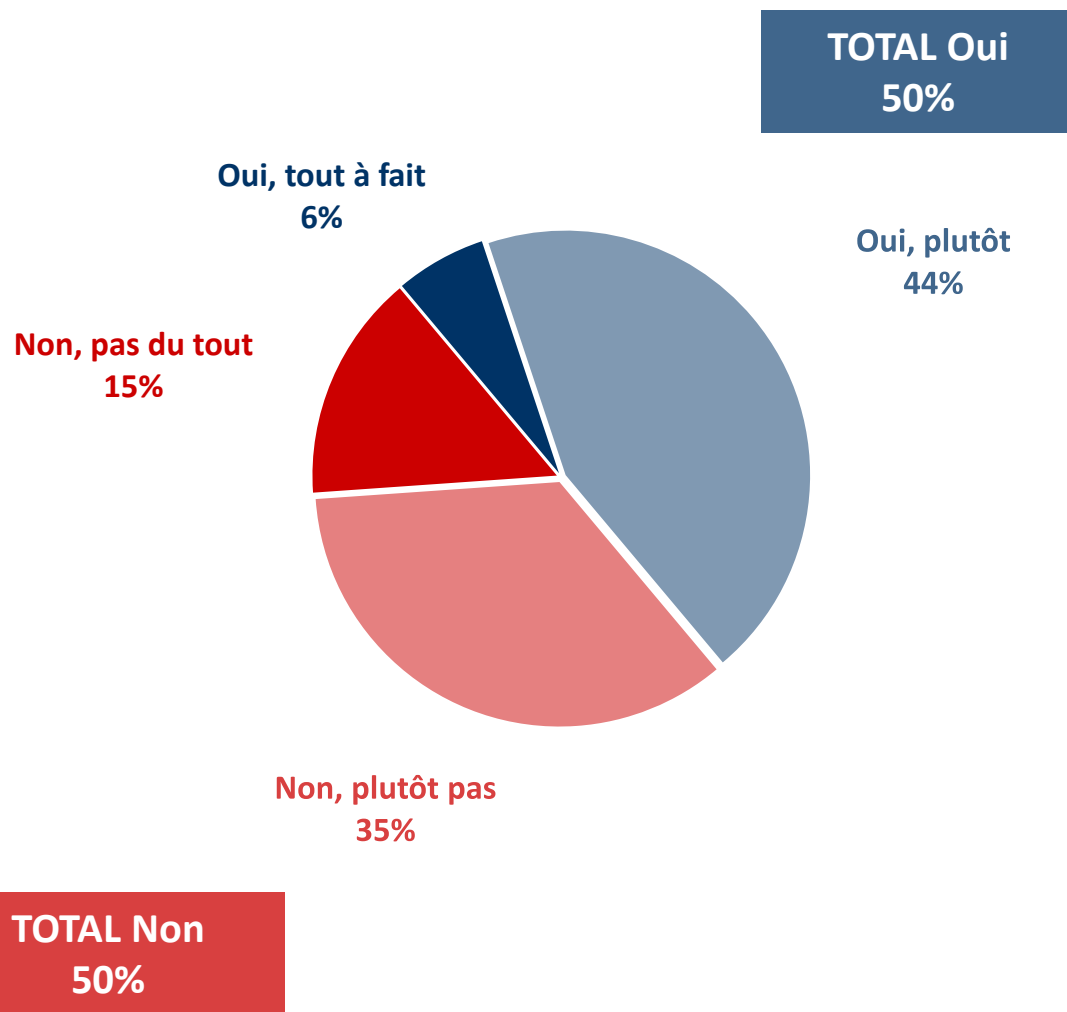
QUESTION : Pour chacune des propositions suivantes, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

Le « Slow Drinking »... ?



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

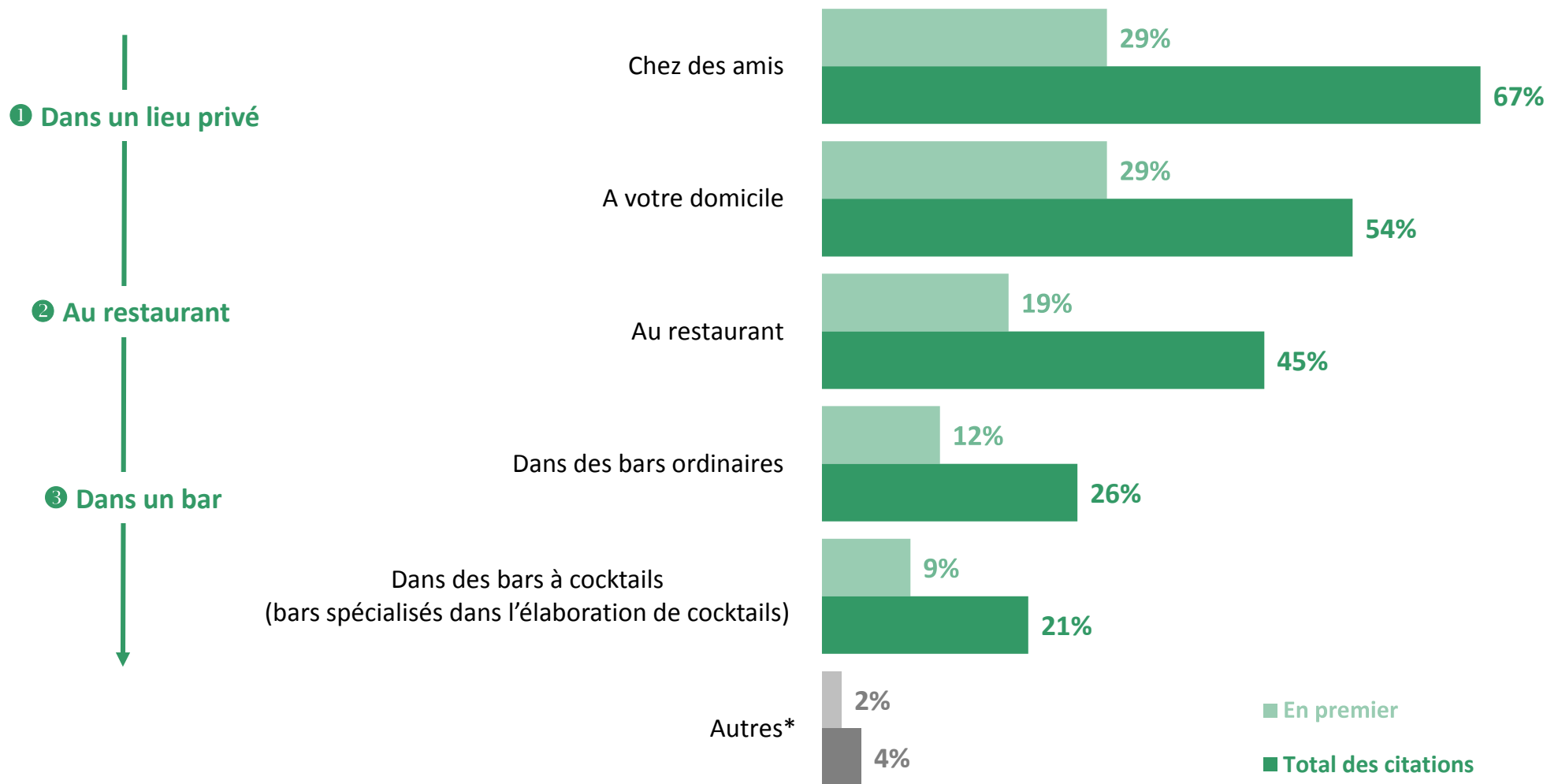
QUESTION : Vous personnellement, diriez-vous que le « Slow Drinking » est un concept dont vous vous sentez proche ou non ?



B I Le renouveau du cocktail (les pratiques)

Précision : Durant tout le reste du questionnaire, nous allons parler des cocktails à base de boissons alcoolisées.

QUESTION : Le plus souvent, où consommez-vous des cocktails ? En premier ? Et ensuite ?

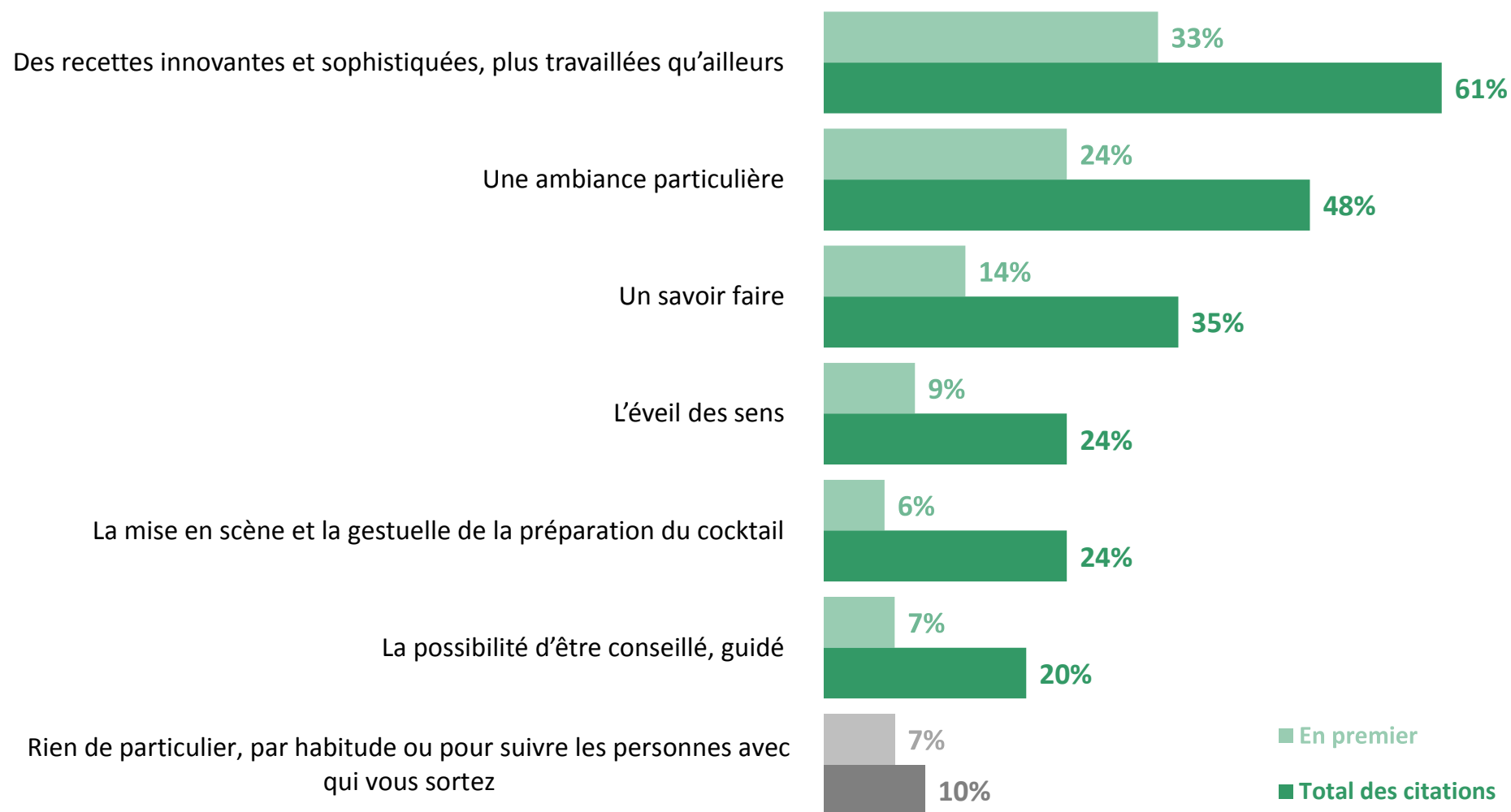


(*) Le plus souvent, les interviewés mentionnent des « soirées », sans précision particulière. Certains affirment également qu'il « n'y a pas de règle », c'est « quand j'en ai envie ».

Les attentes suscitées par la fréquentation d'un bar à cocktails

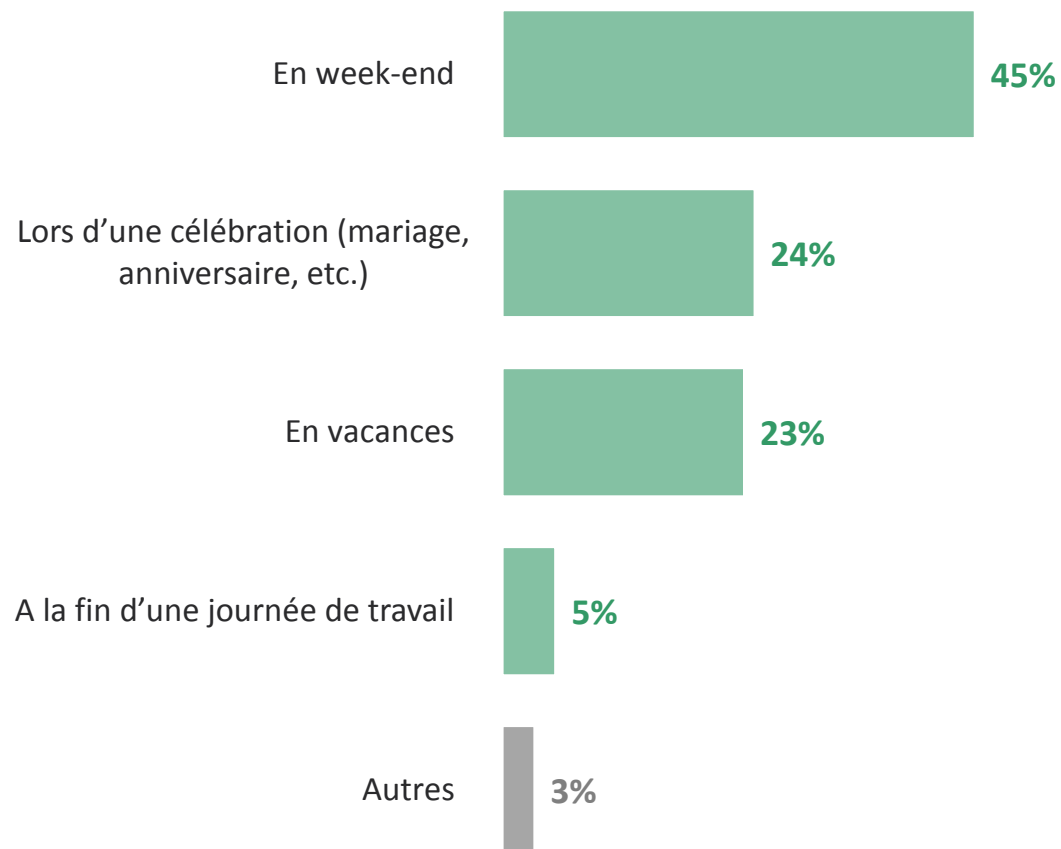
QUESTION : Lorsque vous vous rendez dans des bars à cocktails, que recherchez-vous en particulier ? En premier ? Et ensuite ?

Base : Aux personnes qui se rendent dans les bars à cocktails, soit 21% de l'échantillon

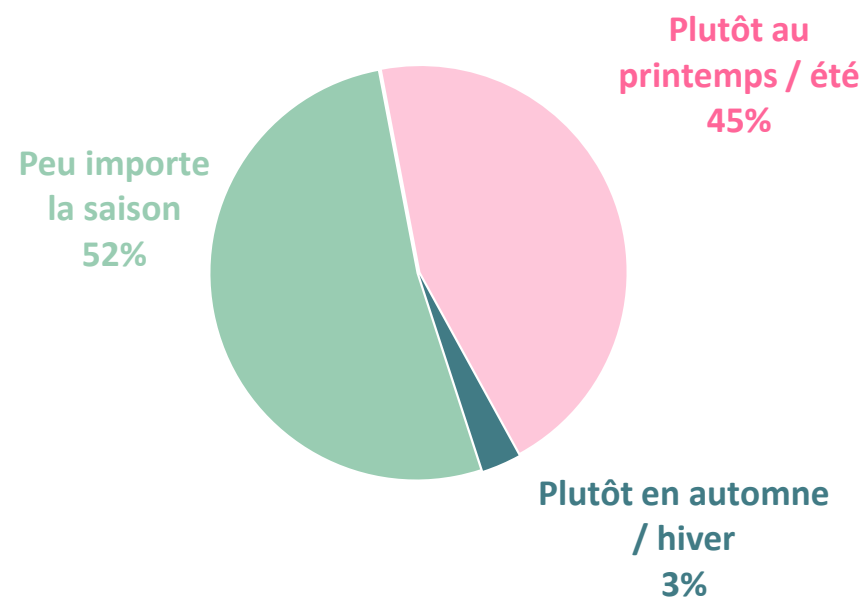


L'occasion et la saison privilégiées pour consommer un cocktail

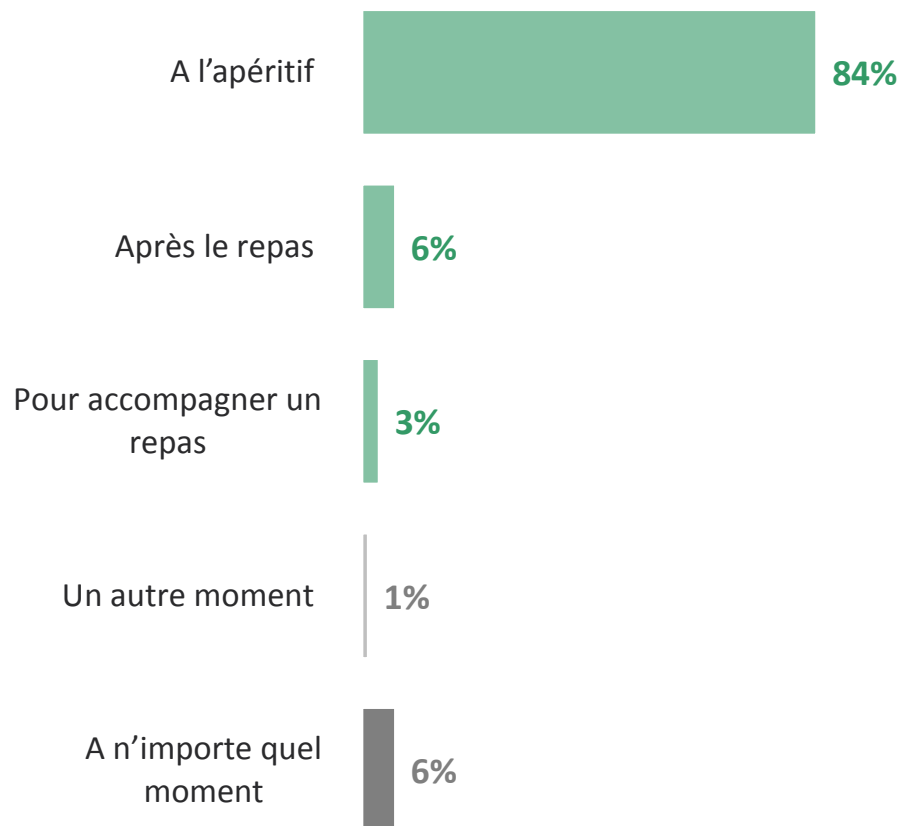
QUESTION : Et le plus souvent, à quelle occasion consommez-vous des cocktails ?



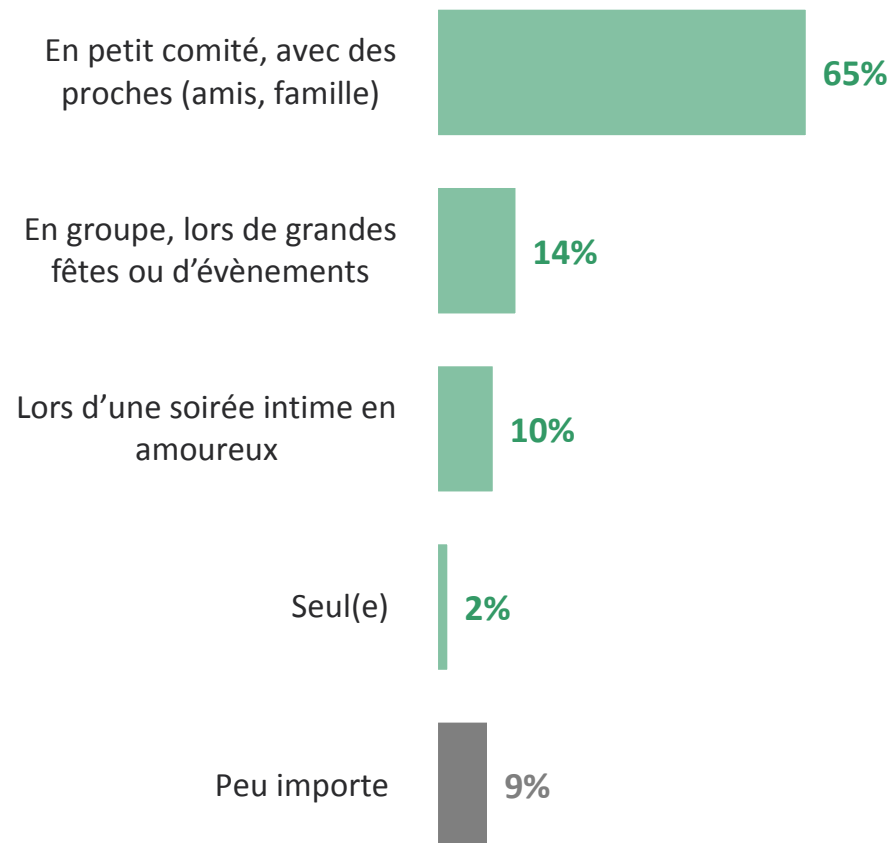
QUESTION : Et diriez-vous que vous buvez des cocktails... ?



QUESTION : Plus précisément, à quel moment appréciez-vous particulièrement de consommer un cocktail ?

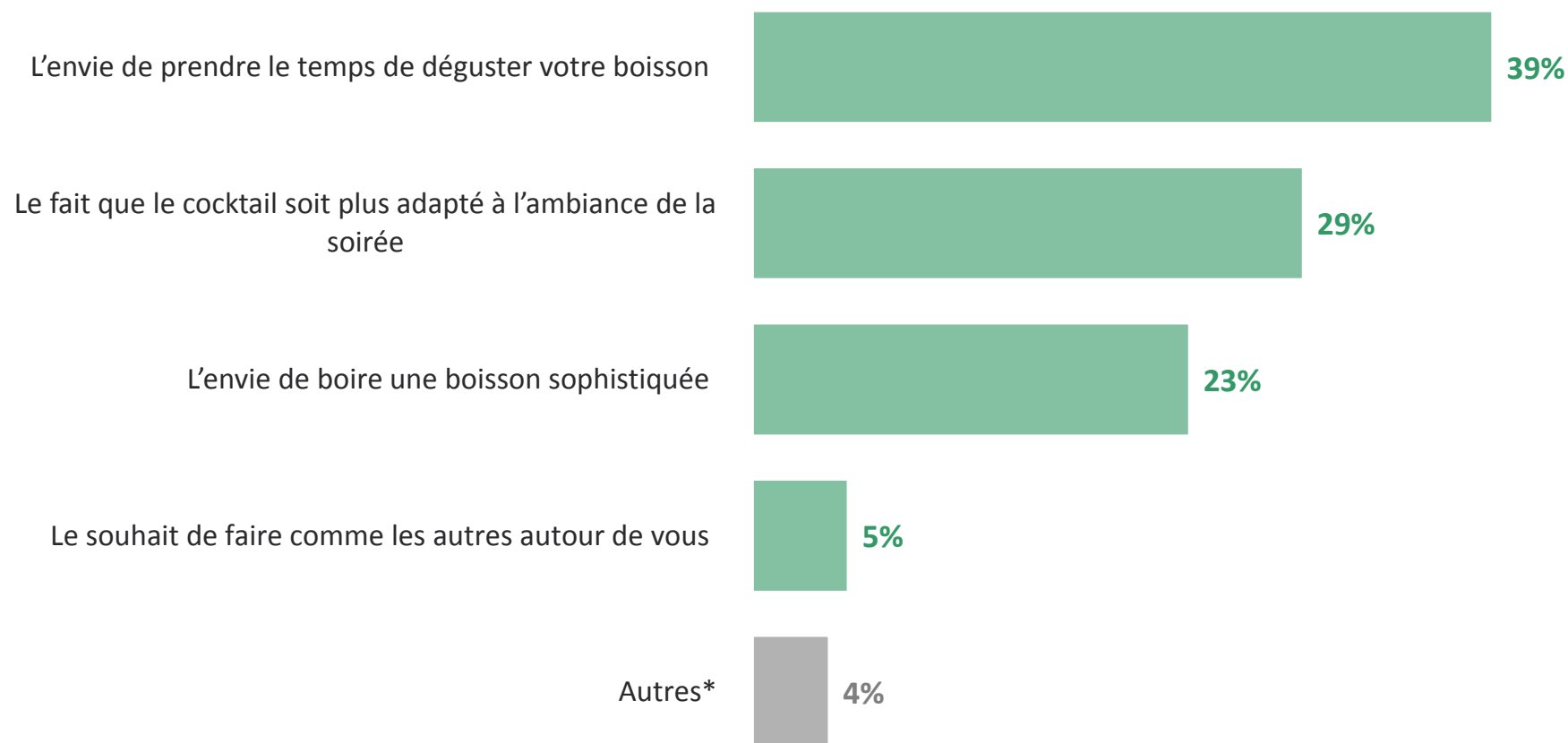


QUESTION : Et le plus souvent, consommez-vous votre cocktail...?



L'argument encourageant la consommation d'un cocktail plutôt qu'une autre boisson alcoolisée

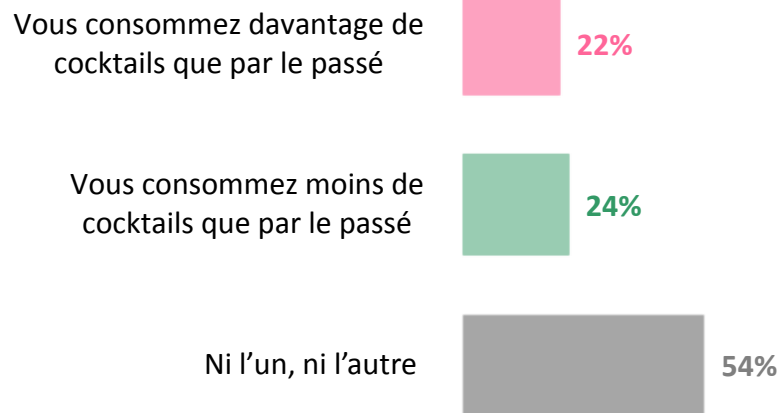
QUESTION : Lorsque vous êtes amené à consommer une boisson alcoolisée, quel est l'argument qui vous fait choisir un cocktail plutôt qu'une autre boisson alcoolisée (vin, bière, cidre, etc.) ?



(*) Les principales citations ont trait au « goût du cocktail » (22 citations) – jugé le plus souvent sucré ou mélangeant les saveurs – mais aussi au souhait de changer les habitudes et de découvrir de nouvelles boissons (11 citations).

QUESTION : Et plus précisément, diriez-vous que ... ?

Quantité



Fréquence



Ambiance



Type de cocktail

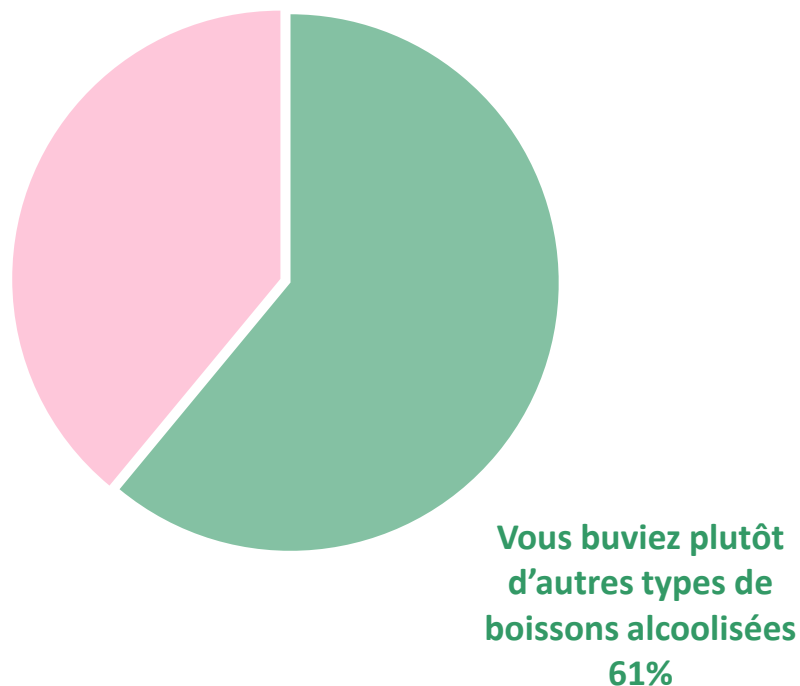


L'estimation globale du report de sa consommation de boissons alcoolisées vers les cocktails

QUESTION : Diriez-vous que, auparavant, vous buviez moins de boissons alcoolisées ou vous buviez plutôt d'autres types de boissons alcoolisées (même si vous n'avez pas forcément stoppé ces autres consommations) ?

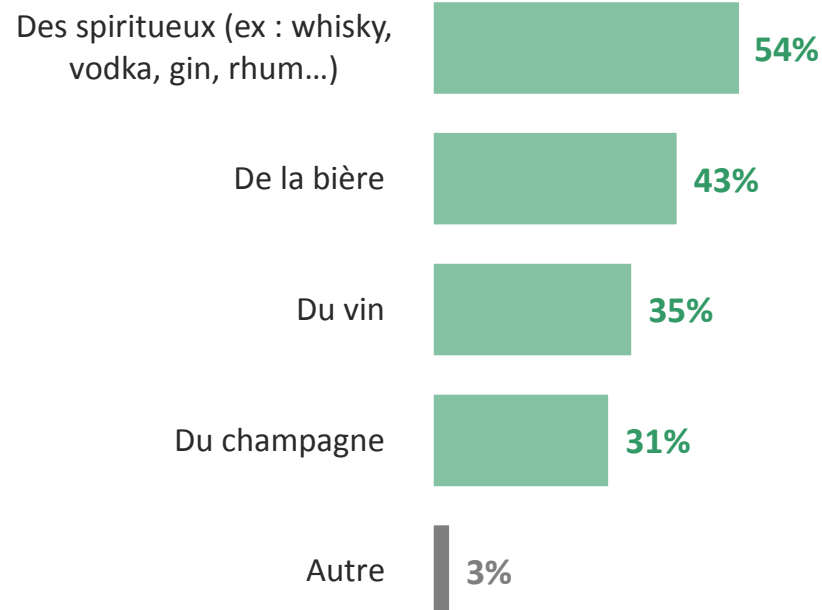
Base : Aux personnes qui boivent davantage de cocktails que par le passé, soit 22% de l'échantillon

**Vous buviez moins de
boissons alcoolisées
39%**



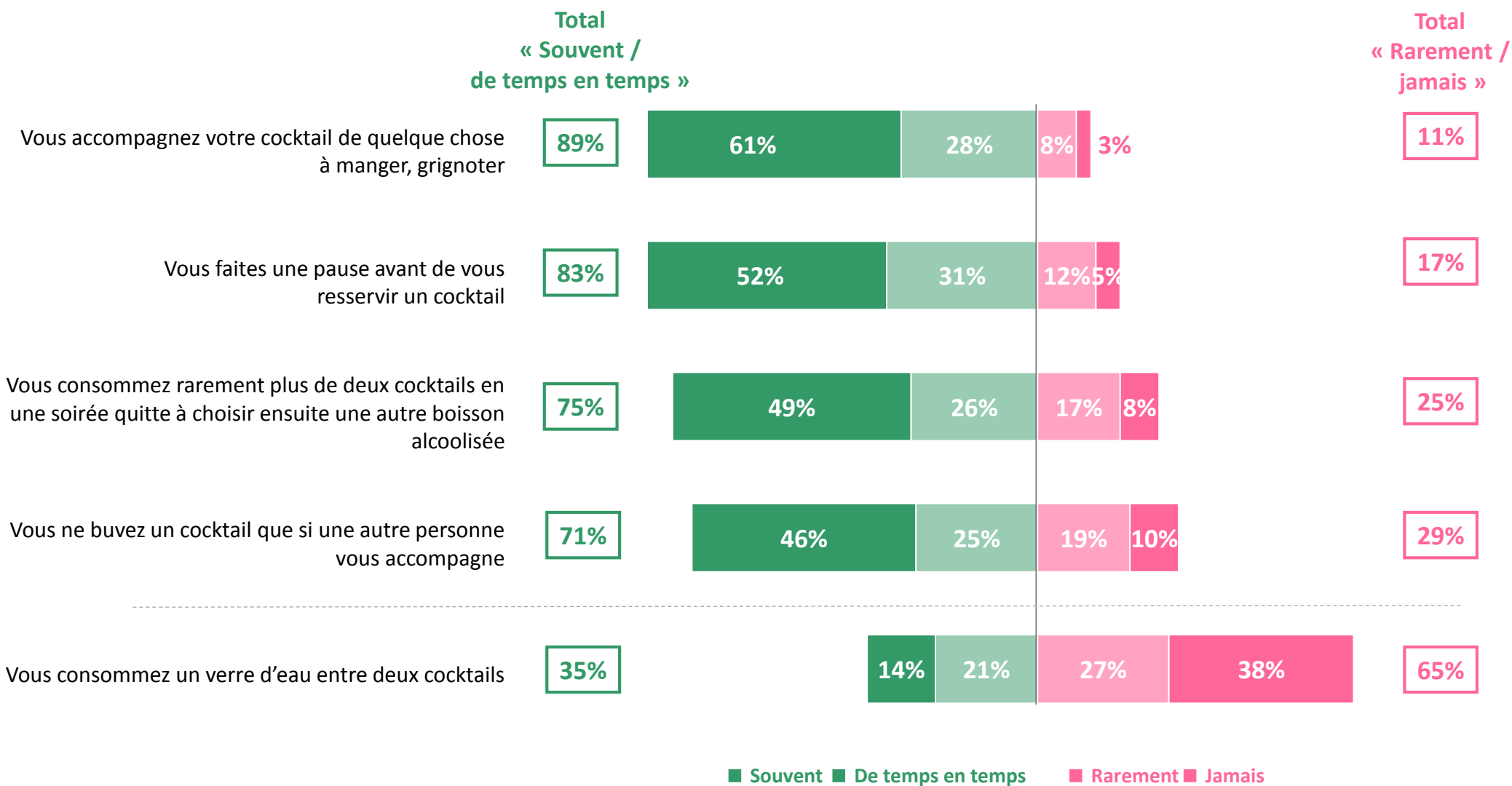
QUESTION : Vous buviez plutôt ... ?

Base : Aux personnes qui ont reporté la consommation de certaines boissons alcoolisées sur les cocktails, soit 13% de l'échantillon.



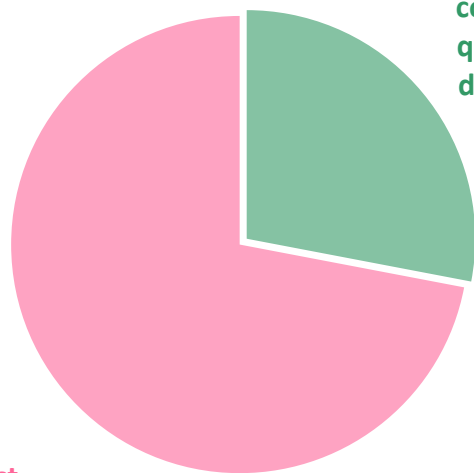
Les usages en matière de consommation de cocktails

QUESTION : Voici différents usages concernant la consommation de cocktails. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si vous l'appliquez souvent, de temps en temps, rarement ou jamais lorsque vous dégustez des cocktails.



La propension à accompagner un repas d'un cocktail

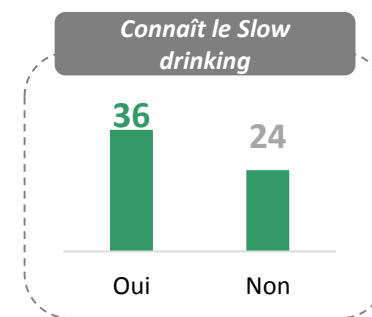
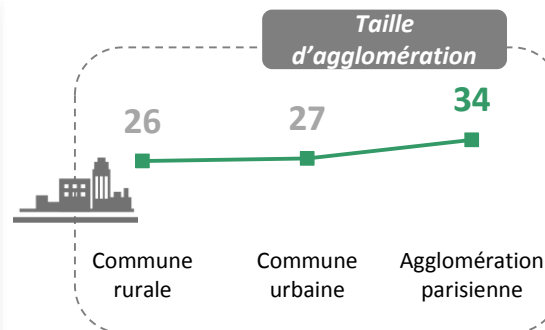
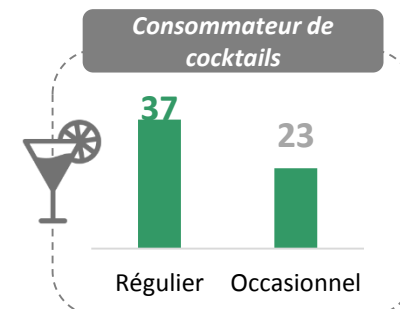
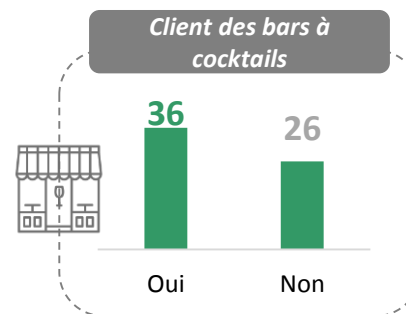
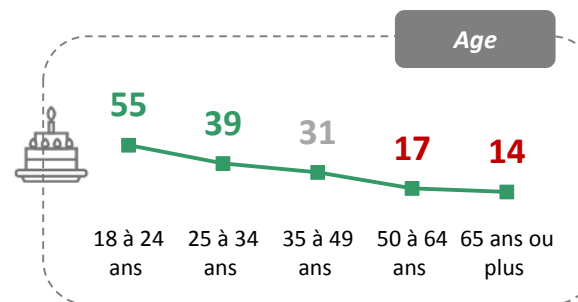
QUESTION : Vous personnellement, pourriez-vous accompagner un bon repas d'un cocktail ?



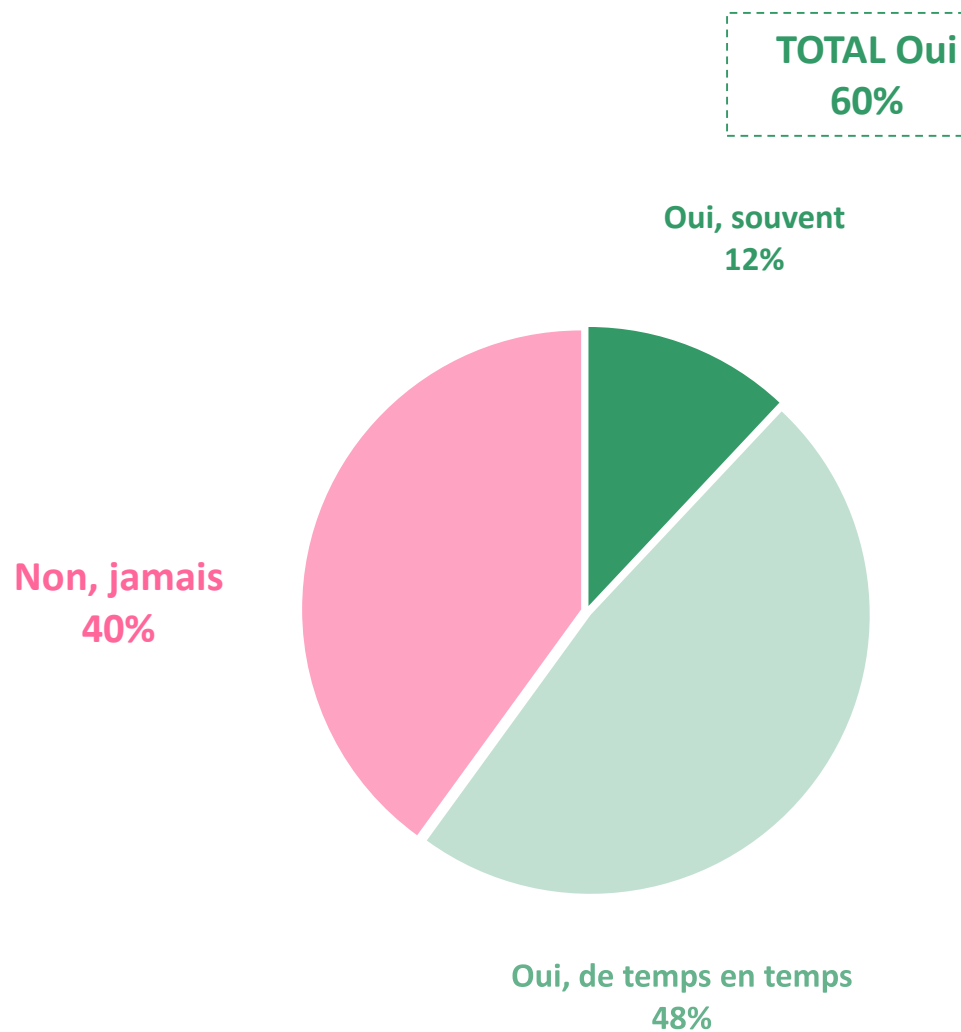
Oui, il suffit de bien accorder le cocktail avec ce que l'on mange durant le repas
28%

Non, le cocktail est vraiment dédié à d'autres moments, en dehors des repas
72%

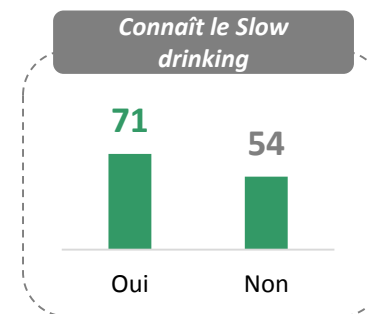
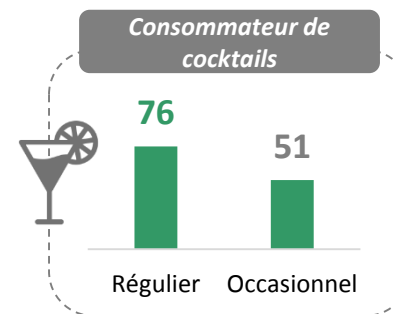
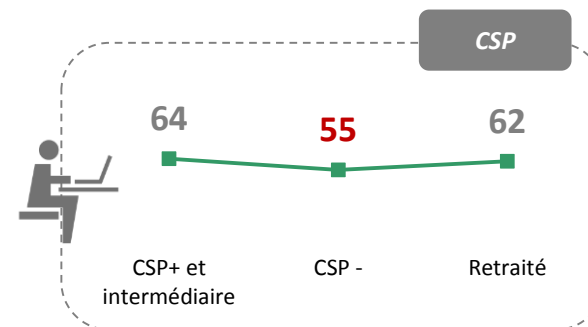
Focus « Oui »



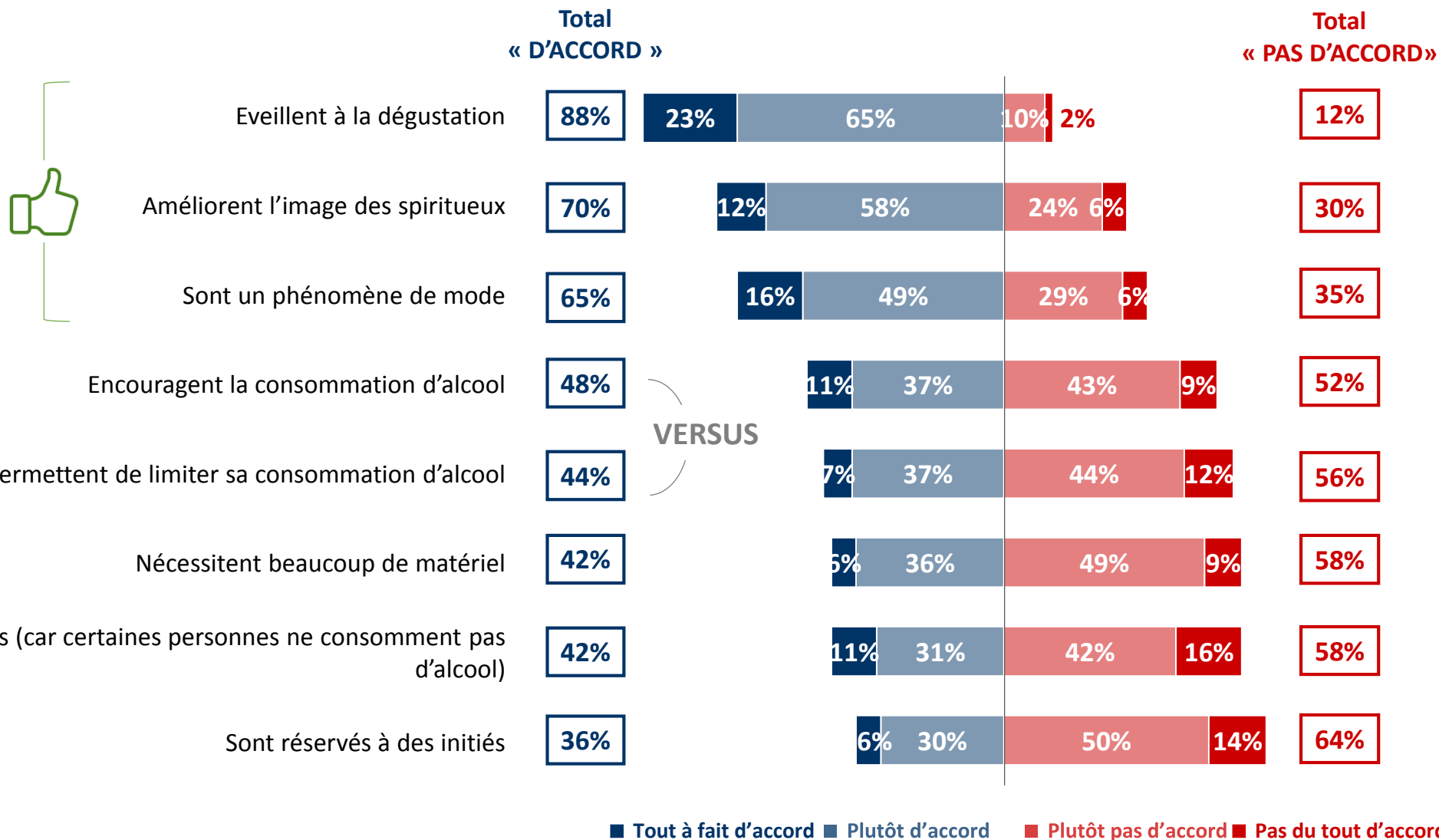
QUESTION : Vous arrive-t-il de préparer vous-même des cocktails ?



Focus « Oui »



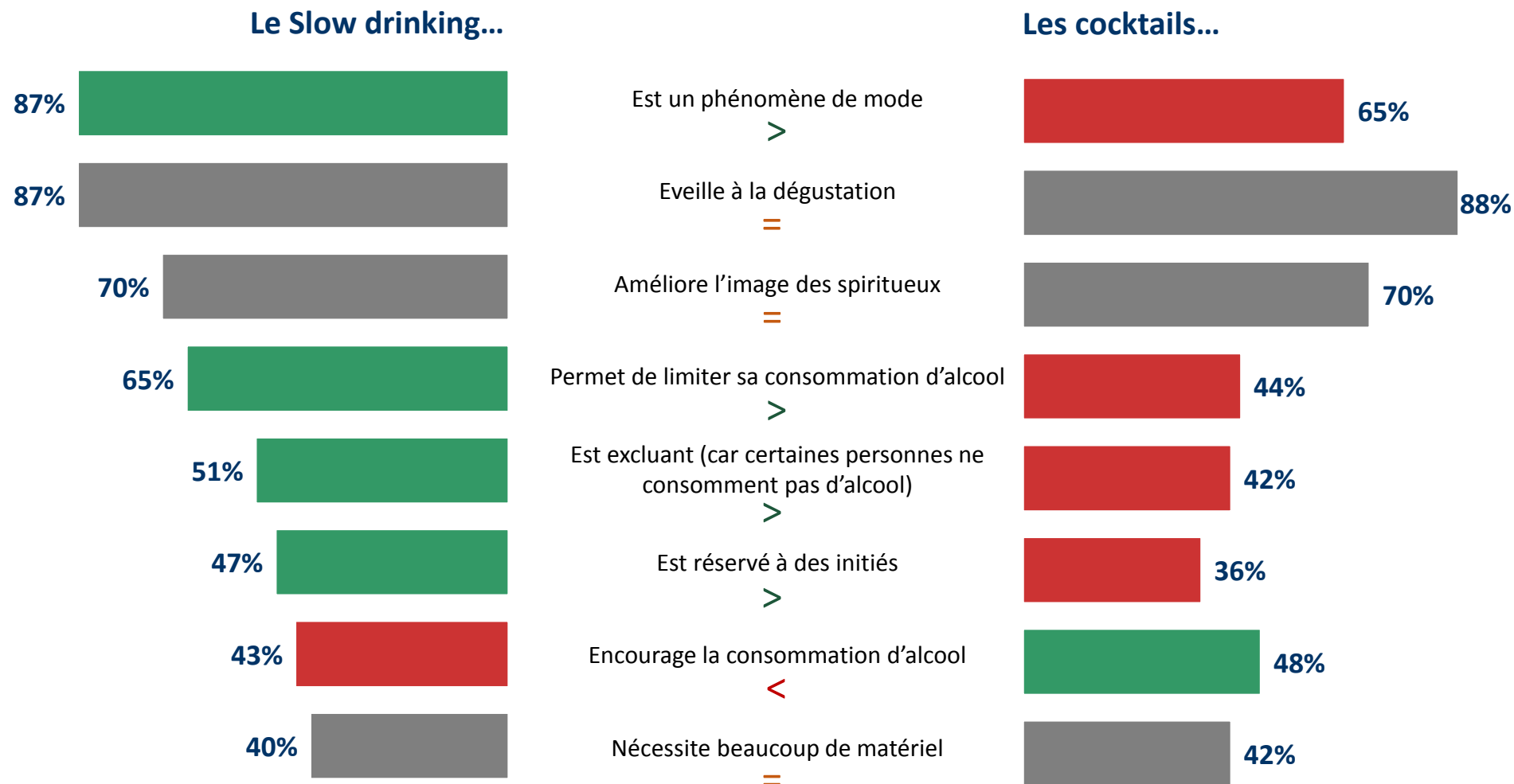
QUESTION : Pour chacune des propositions suivantes, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord. Les cocktails... ?



Perceptions comparées entre Slow drinking et cocktails

Comparatif « TOTAL Oui »

QUESTION : Pour chacune des propositions suivantes, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.



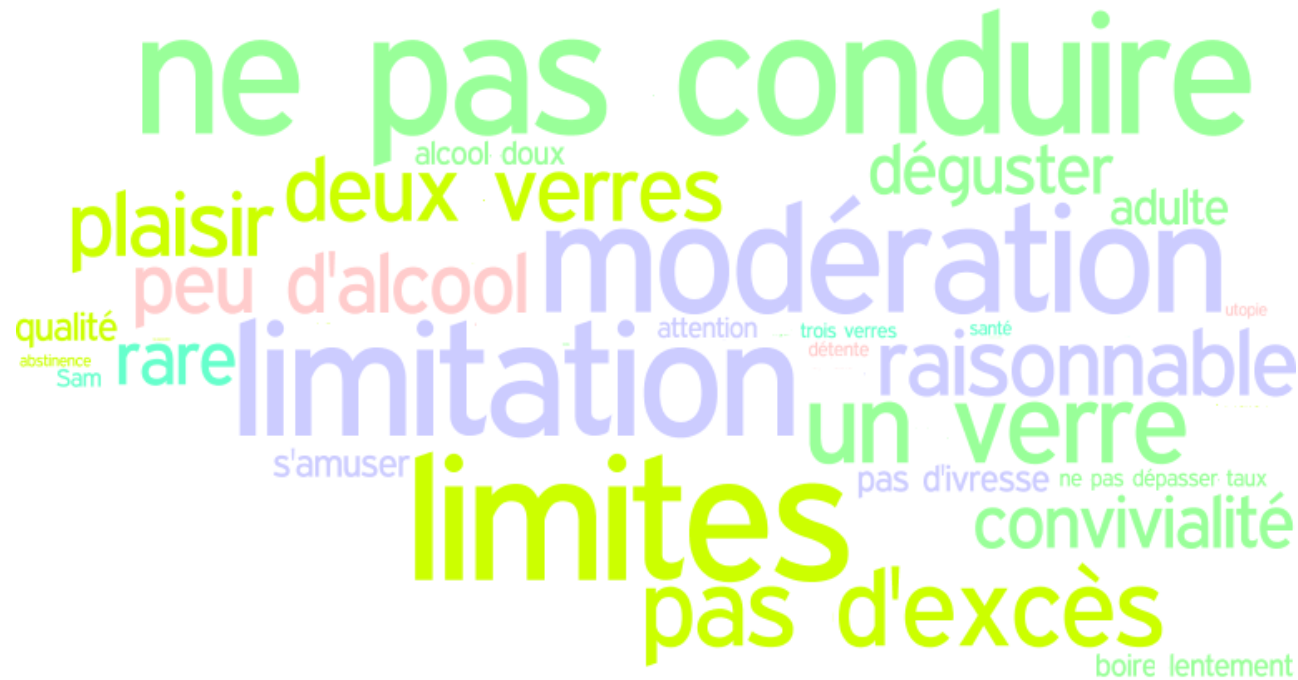
Note de lecture : > = < Perception significativement plus, moins ou également associée au Slow drinking qu'aux cocktails

C | La consommation responsable

QUESTION : Selon vous, qu'est-ce qu'une « consommation responsable d'alcool » ? Quels sont les mots, les expressions, les images et les sentiments qui vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez à une « consommation responsable d'alcool » ? (Question ouverte, réponses non suggérées)

« Petite quantité, en prenant son temps.
Du plaisir et de la qualité. »

« Dégustation, découverte, limitation,
moment festif, convivialité, amis,
moment privilégié. »



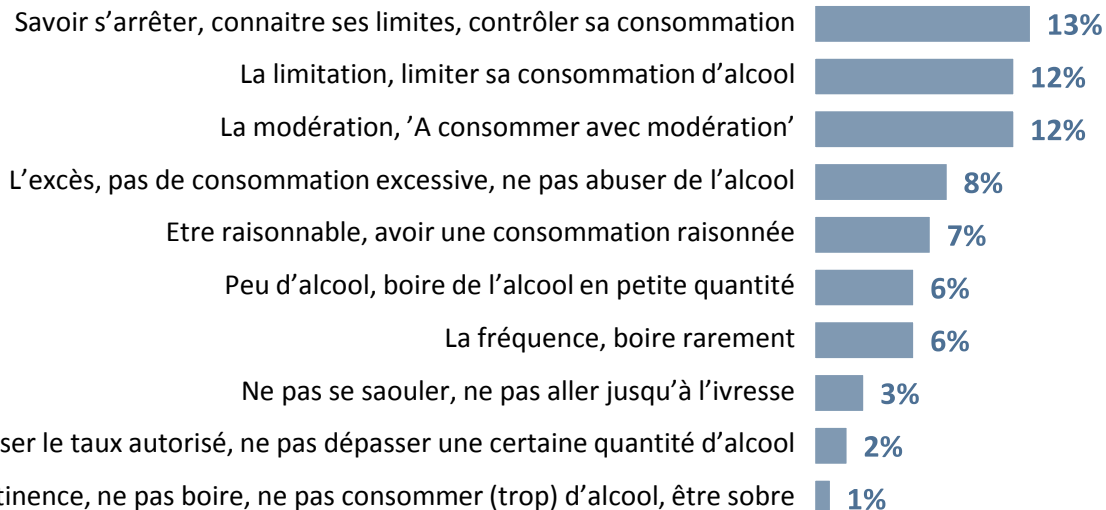
« C'est une consommation pour le plaisir du goût et pas pour le plaisir de se sentir enivré, ou de faire comme les amis. Pour moi c'est une ambiance un peu lounge, chic, et une consommation limitée. »

« C'est préférer la qualité à la quantité. »

QUESTION : Selon vous, qu'est-ce qu'une « consommation responsable d'alcool » ? Quels sont les mots, les expressions, les images et les sentiments qui vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez à une « consommation responsable d'alcool » ? (Question ouverte, réponses non suggérées)

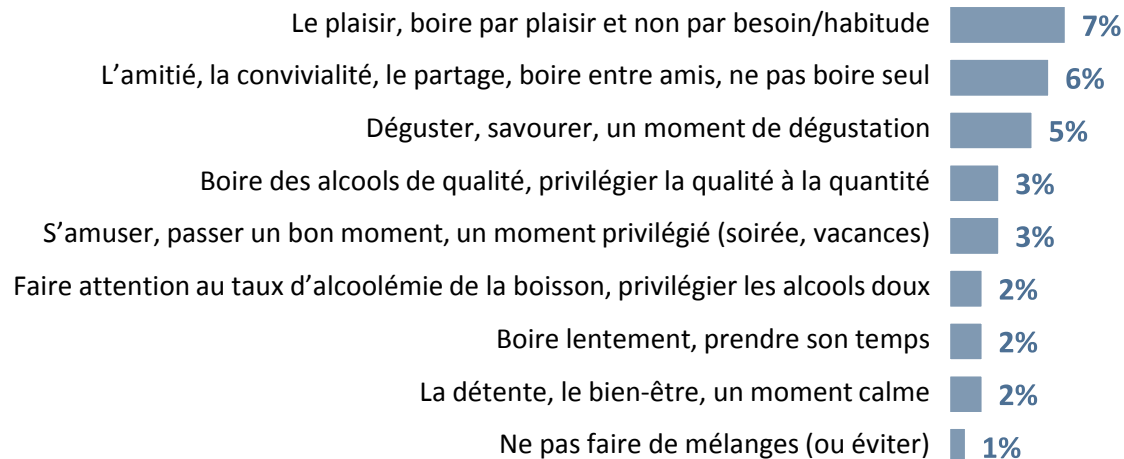
ELEMENTS QUANTITATIFS CONCERNANT LA CONSOMMATION

57%



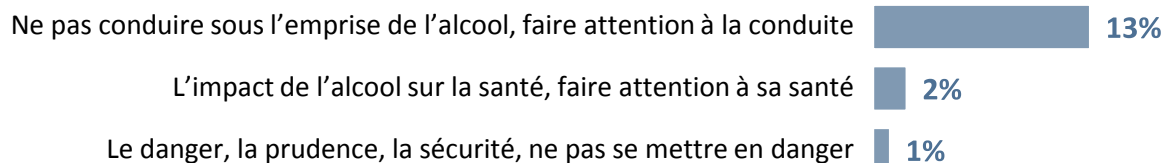
ELEMENTS QUALITATIFS CONCERNANT LA CONSOMMATION

23%

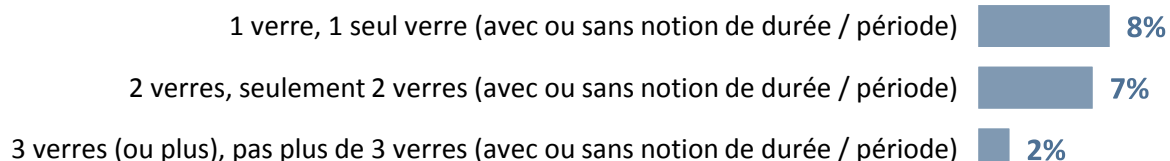


QUESTION : Selon vous, qu'est-ce qu'une « consommation responsable d'alcool » ? Quels sont les mots, les expressions, les images et les sentiments qui vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez à une « consommation responsable d'alcool » ? (Question ouverte, réponses non suggérées)

IMPACTS DE LA CONSOMMATION EXCESSIVE D'ALCOOL 15%

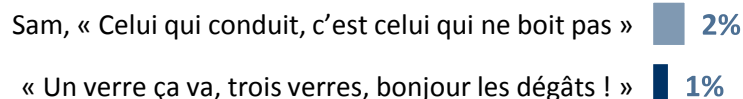


CITE DES REPERES DE CONSOMMATION 14%

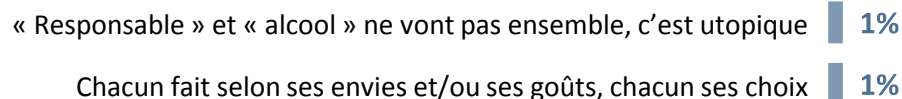


AGIR EN ADULTE, ETRE RESPONSABLE 4%

CITE UN SLOGAN DE CAMPAGNE DE PREVENTION 3%



QUESTIONNEMENTS AUTOUR DE LA NOTION DE CONSOMMATION RESPONSABLE 3%

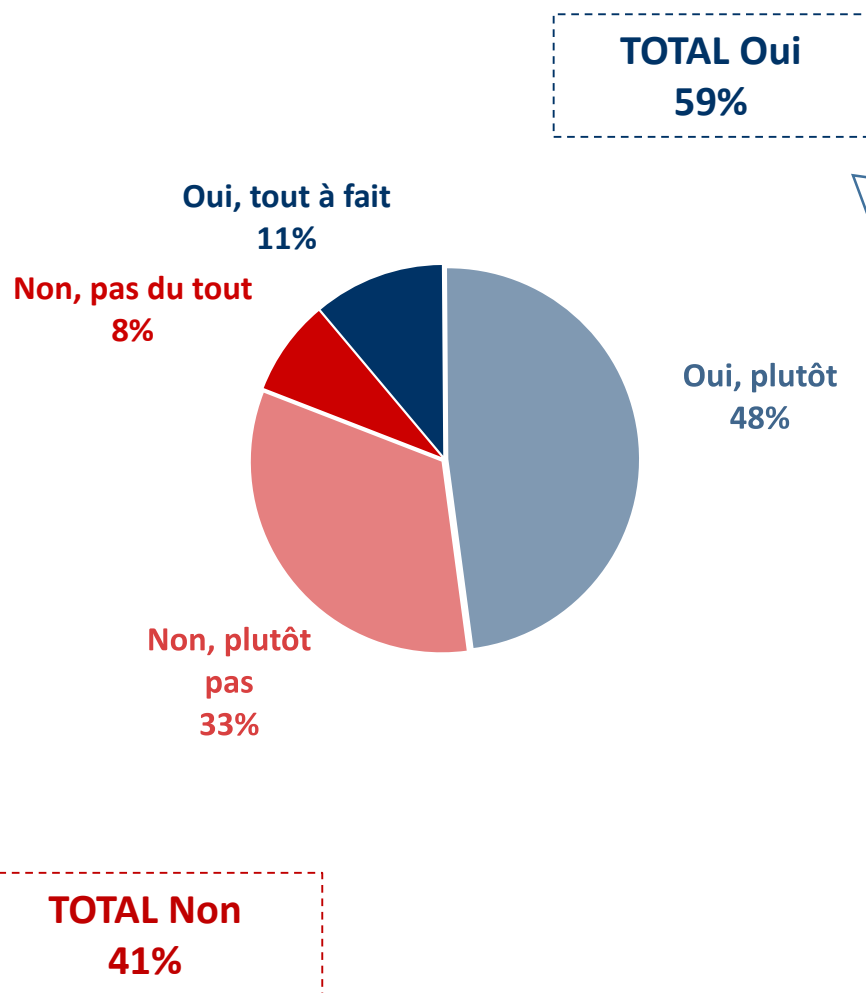


FAIRE ATTENTION A CE QUE L'ON BOIT 2%



NSP 11%

QUESTION : Selon vous, est-ce que la consommation de cocktails peut contribuer à une consommation responsable d'alcool ?



QUESTION : Et plus précisément, diriez-vous que les cocktails favorisent davantage la consommation responsable d'alcool par rapport... ?

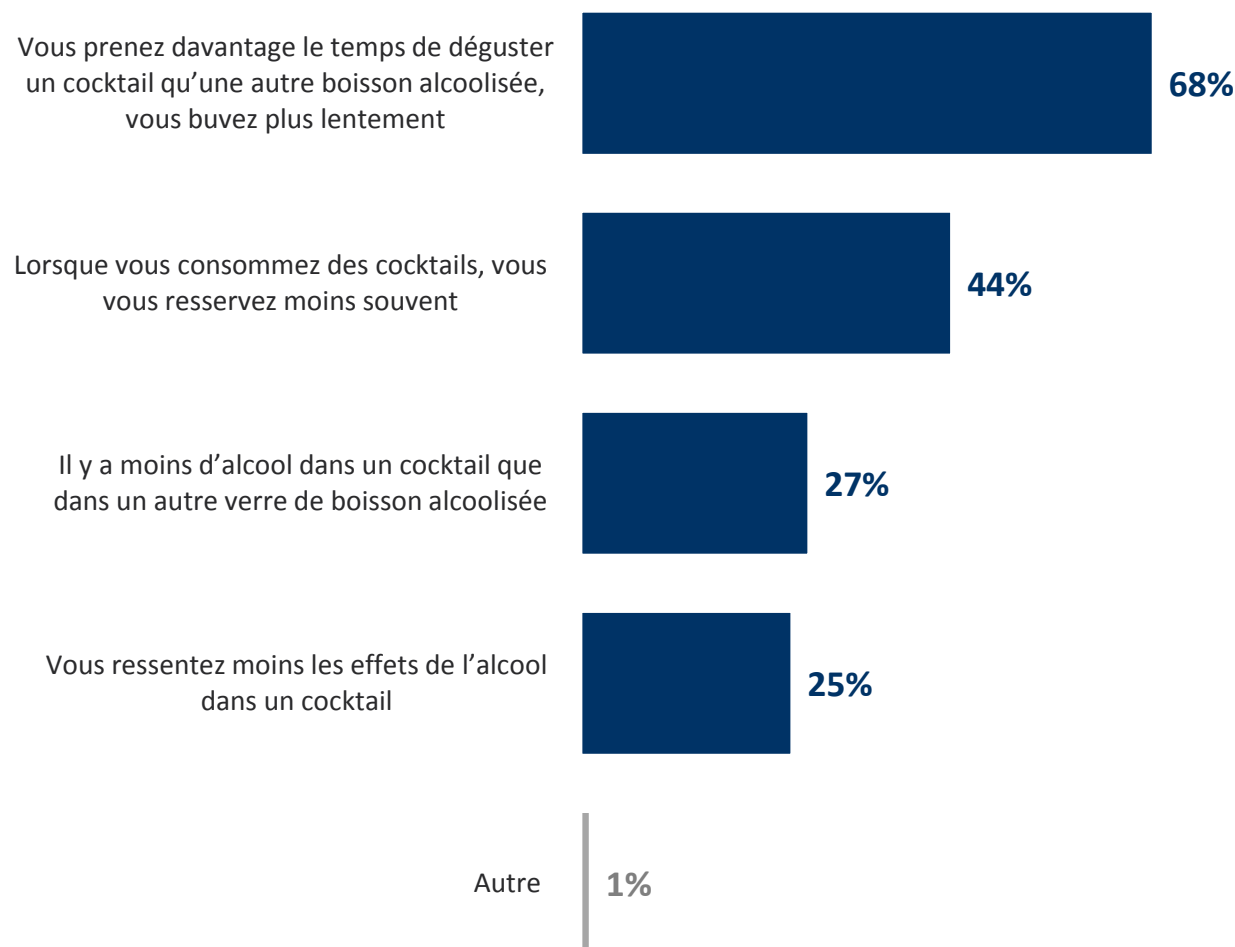
Base : Aux personnes qui pensent que la consommation de cocktails peut contribuer à une consommation responsable d'alcool, soit 59% de l'échantillon



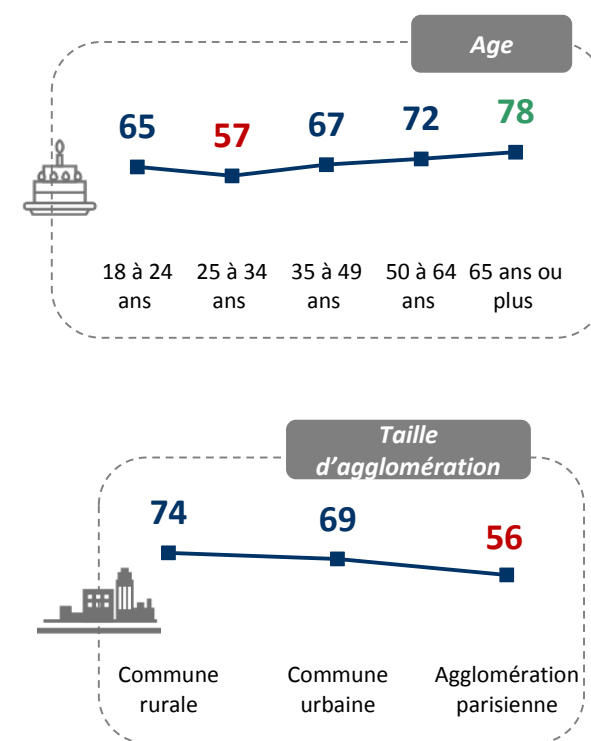
Les raisons perçues de l'impact favorable des cocktails sur une consommation responsable d'alcool

QUESTION : D'après votre expérience, en quoi la consommation de cocktails favorise-t-elle la consommation responsable d'alcool ?

Base : Aux personnes qui pensent que la consommation de cocktails peut contribuer à une consommation responsable d'alcool, soit 59% de l'échantillon

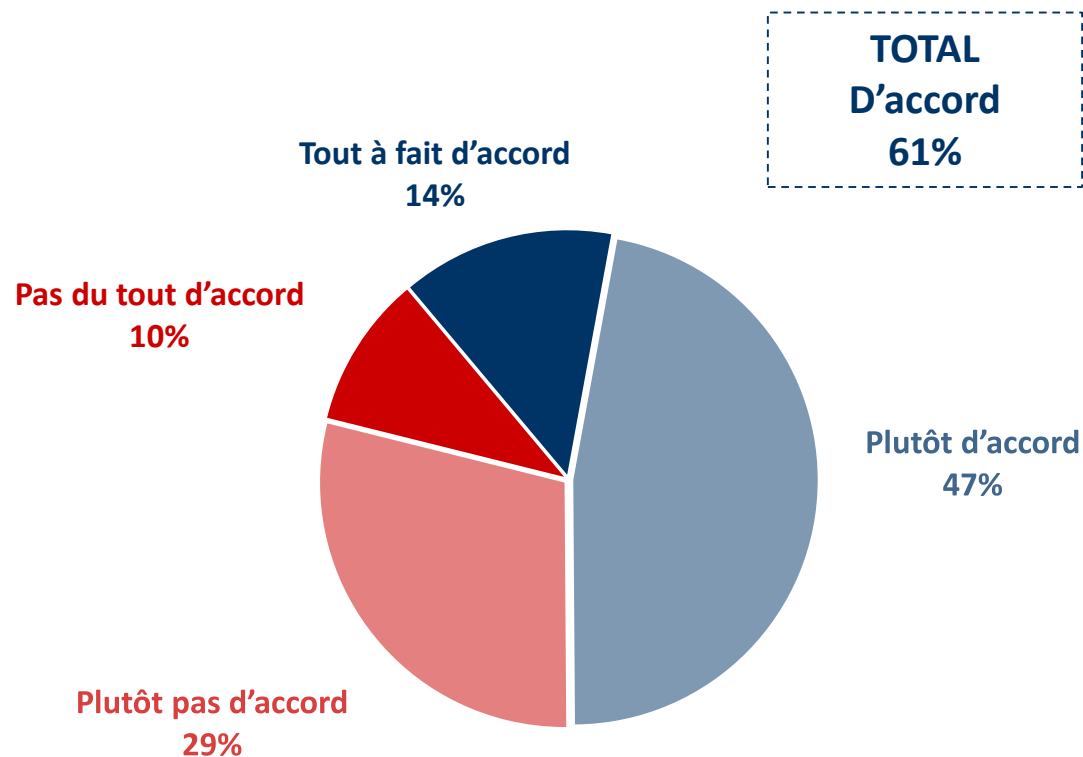


Focus « Vous buvez plus lentement »

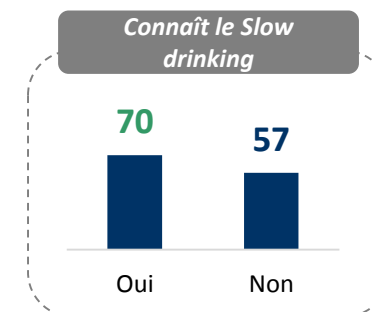
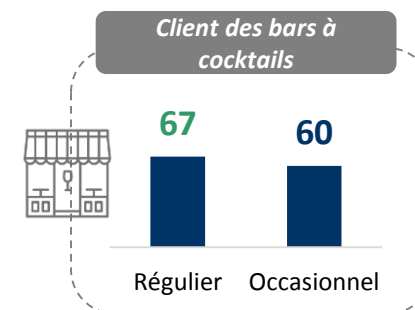


L'adhésion à l'idée que « consommer un cocktail, c'est boire moins mais mieux »

QUESTION : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec la phrase suivante : « consommer un cocktail, c'est boire moins mais mieux » ?

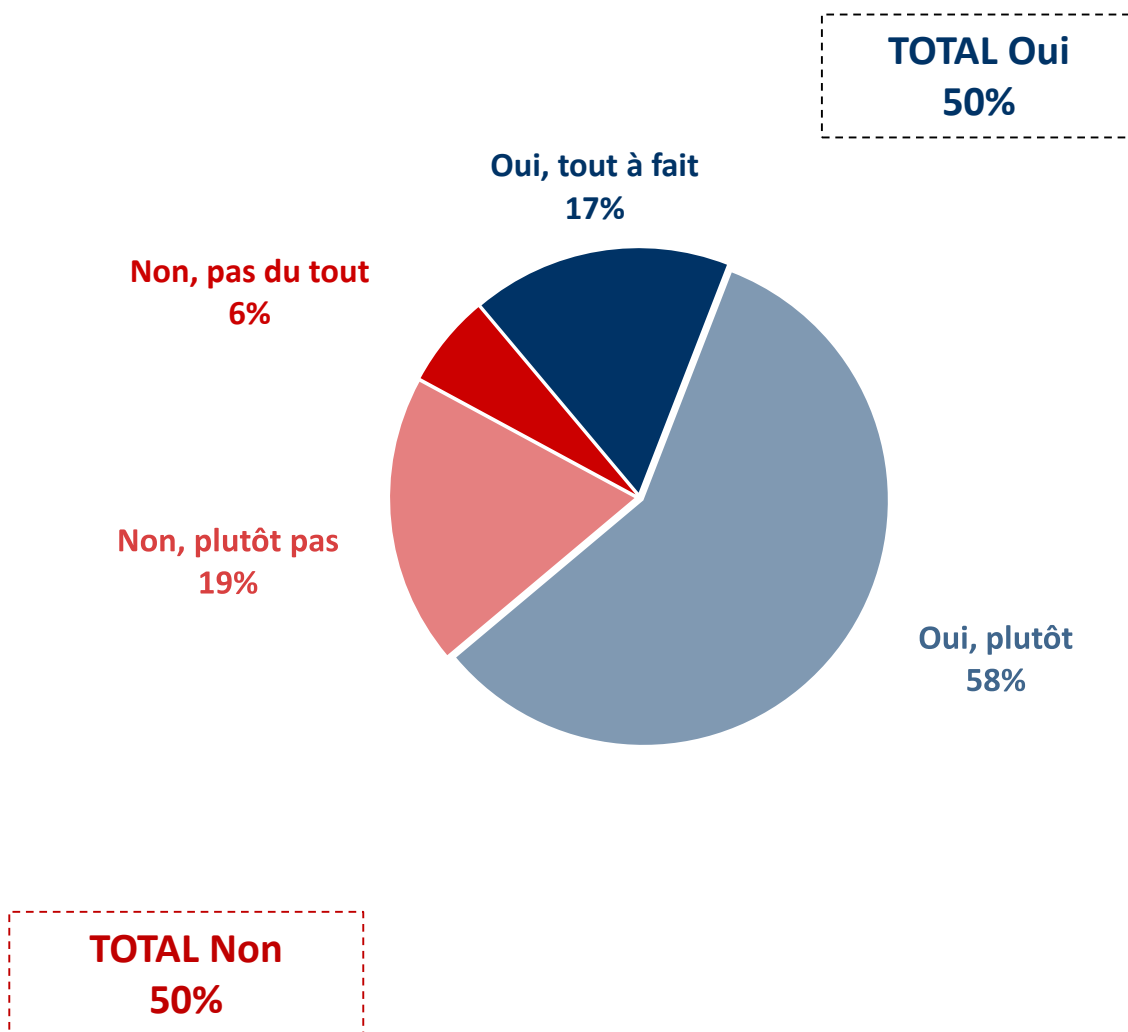


Focus « TOTAL D'accord »

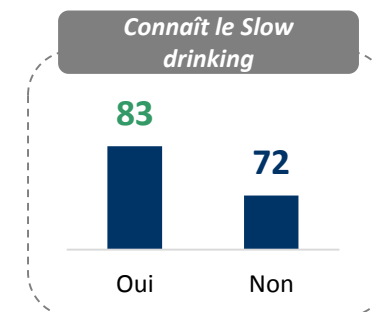
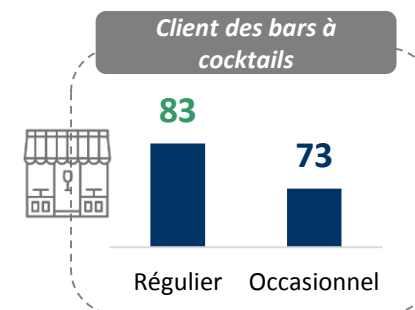


Le jugement quant à la correspondance entre consommation responsable d'alcool et « Slow Drinking »

QUESTION : Au final, diriez-vous que la consommation responsable d'alcool correspond bien au concept de « Slow Drinking » ?

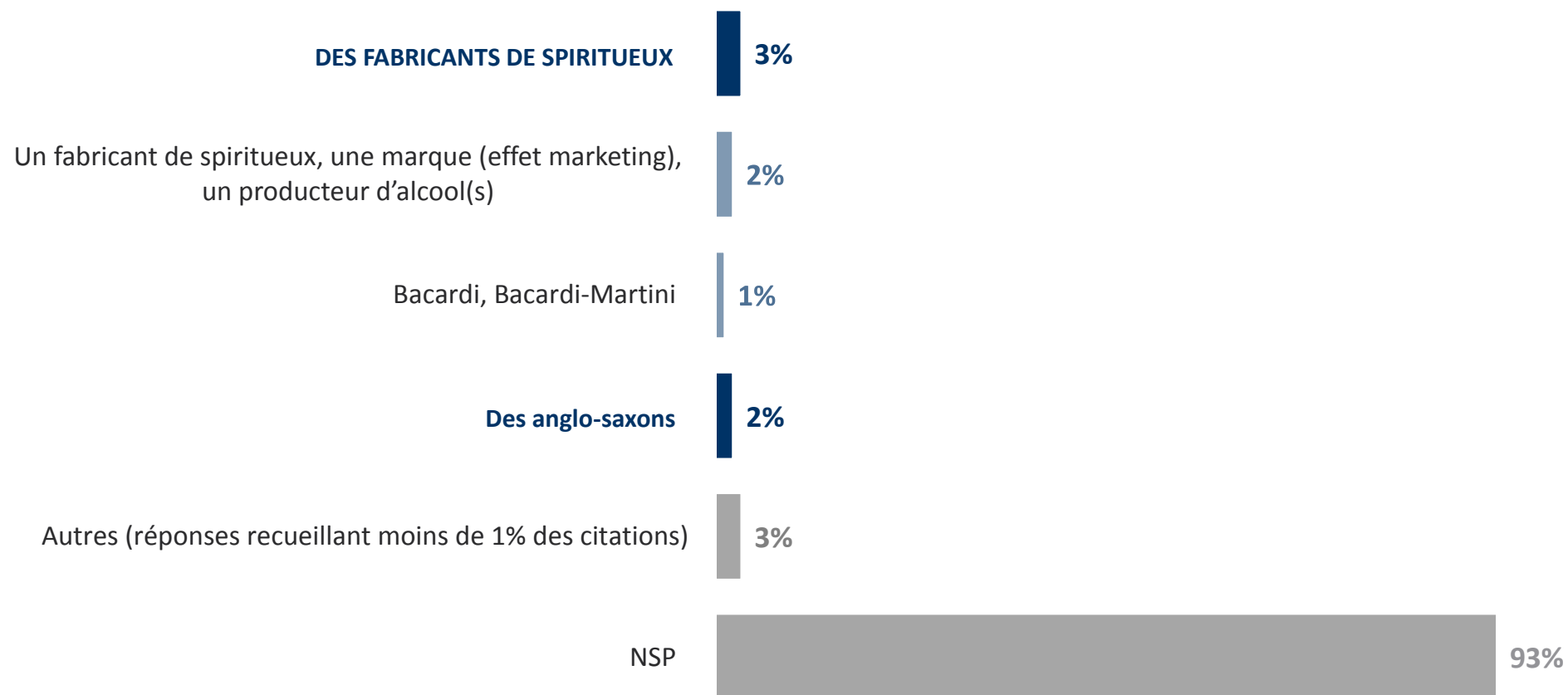


Focus « TOTAL Oui »



La notoriété du créateur du concept de Slow Drinking

QUESTION : Savez-vous qui a créé le concept de « Slow Drinking » ? (Question ouverte – réponses spontanées)



En dépit d'une notoriété mitigée, le concept « Slow » en général, et le Slow drinking en particulier, séduisent

- ❖ **Près d'un quart des Français consommateurs de cocktails à base de boissons alcoolisées a déjà entendu parler de mouvements ou tendances « Slow » (23%),** notamment les CSP+ et intermédiaires (33%), les habitants de l'agglomération parisienne (30%), mais aussi les plus jeunes (de 29% à 30% des moins de 35 ans). Le « Slow drinking » jouit d'une notoriété légèrement plus construite (34% et même 45% des 18-24 ans), sans que les amateurs de cocktails puissent pour autant le définir précisément (5%) ou citer le créateur du concept (1% des interviewés citent Bacardi-Martini).
- ❖ Le Slow séduit ses connaisseurs : 84% déclarent s'y intéresser, qu'ils essayent de le mettre en œuvre (34%) ou qu'ils sont simplement attirés par ce mouvement (50%). **Le concept de Slow drinking, plus précisément, plaît, en attestent les scores élevés relatifs à son image globale et détaillée.** En effet, 85% des interviewés affirment avoir une bonne image du Slow drinking et dans le détail, seuls des qualificatifs mélioratifs lui sont associés de manière très nettement majoritaire voire consensuelle : plaisir (89%), dans l'air du temps (85%), accessible (84%), attractif (80%), responsable (73%) et inspirant (73%). A l'inverse, les qualificatifs plus péjoratifs – futile (41%), difficile à mettre en œuvre (31%), ennuyeux (18%), ringard (14%) - ne s'appliquent au concept qu'aux yeux d'une petite minorité d'interviewés. Seul le potentiel élitiste du Slow drinking partage les personnes interrogées (52%).
- ❖ **Corollairement, les perceptions autour du Slow drinking sont toutes favorables :** un phénomène de mode certes (87%), mais qui éveille à la dégustation (87%), améliore l'image des spiritueux (70%) et qui est **davantage perçu comme un moyen de limiter sa consommation d'alcool (65%) qu'une incitation à boire (43%).** Encore une fois, l'idée d'un entre soi divise les amateurs de cocktails interviewés (51% jugent que c'est excluant car certaines personnes ne boivent pas d'alcool et 47% que cela est réservé à des initiés), les personnes interrogées étant rigoureusement partagées quant au fait de se sentir proche ou non du Slow drinking (50%).
- ❖ **De l'analyse des contributions à l'image globale (cf. bilan d'image), il ressort également que le Slow drinking bénéficie d'atouts sur lesquels il peut s'appuyer comme le plaisir, l'accessibilité** ou encore le contraire d'un concept qui serait ennuyeux ou ringard. Par ailleurs, on ne lui relève pas de handicap évident dans le sens où aucune des caractéristiques les moins attribuées au Slow drinking n'est déterminante dans son image globale. *In fine*, ce sont plutôt des axes d'optimisation qui peuvent être entrevus et notamment les dimensions « inspirante, attractive » et « responsable ».

Consommation de cocktails et instants de détente sont implicitement liés

- ❖ **Le plus souvent, les cocktails sont consommés dans des lieux privés, chez des amis (67% des consommateurs interrogés) ou chez soi (54%)** ; six amateurs de cocktails sur dix affirmant par ailleurs préparer eux-mêmes des cocktails (60%), notamment les consommateurs réguliers (76%). Au final, les bars à cocktails constituent le lieu le moins habituel pour déguster une telle boisson (21%), après les bars ordinaires (26%). **Ces bars spécialisés capitalisent avant tout sur leurs recettes innovantes et sophistiquées, plus travaillées qu'ailleurs (61%), mais aussi sur l'ambiance particulière qui y règne (48%).** Si le savoir-faire est également une incitation à s'y rendre pour un tiers de leurs clients (35%), il apparaît néanmoins que la mise en scène et la gestuelle des mixologues (24%) comme les conseils qu'ils peuvent procurer (20%) soient comparativement moins recherchés.
- ❖ **La consommation de cocktails semble liée à des instants de détente** à partir du moment où près de la moitié des interviewés déguste le plus souvent cette boisson le week-end (45%) et plutôt au printemps/été (45%). Plus précisément, les personnes interrogées privilégient avant tout les moments en petit comité avec des proches pour ce faire (65%) – plutôt qu'en groupe (14%) ou lors d'une soirée en amoureux (10%) - et quasiment toujours à l'apéritif (84%). **L'envie de prendre le temps de déguster la boisson est l'argument qui les encourage le plus à choisir un cocktail** plutôt qu'une autre boisson alcoolisée (39%), bien avant le fait que le cocktail soit plus adapté à l'ambiance de la soirée (29%) ou l'envie de boire une boisson sophistiquée (23%) – on notera d'ailleurs sur ce dernier point que les préférences sont très partagées entre cocktails sophistiqués (37%), classiques (29%) ou ni l'un ni l'autre (34%).

Les pratiques décrivent implicitement des habitudes plutôt responsables en matière de consommation de cocktails...

- ❖ **L'évolution ressentie de la consommation de cocktails laisse percevoir une consommation plutôt stable** (54% des amateurs de cocktails estiment que leur consommation n'a ni augmenté ni diminué, les autres étant partagés entre les deux tendances). **Le plus souvent, celle-ci est occasionnelle** (61% vs 12% qui jugent que leur consommation est régulière) probablement en ce qu'elle tend davantage à être sociale (41%) qu'intimiste (21%). D'ailleurs, si environ un cinquième des participants à l'enquête considère que leur consommation de cocktails a augmenté, il s'agit dans la majorité des cas d'un report de leur consommation de boissons alcoolisée (61%) plutôt que d'une consommation supplémentaire (39%).
- ❖ **Les usages en matière de consommation de cocktails révèlent des habitudes plutôt responsables** dans le sens où quasiment l'ensemble des amateurs de cocktails affirme accompagner le cocktail de quelque chose à manger, grignoter (89%) – même s'ils ne sont que 28% à affirmer pouvoir aller jusqu'à accompagner un bon repas d'un cocktail - et qu'ils sont quasiment tout aussi nombreux à faire une pause avant de se resservir un cocktail (83%). Les trois quarts d'entre eux consomment d'ailleurs rarement plus de deux cocktails en une soirée quitte à choisir ensuite une autre boisson alcoolisée (75%) et sept sur dix n'en consomment seulement dans le cas où une autre personne les accompagne (71%). En revanche, consommer un verre d'eau entre deux cocktails ne semble pas encore constituer un réflexe (35%).

...mais l'association entre consommation responsable et cocktails ne paraît pas encore spontanément évidente

- ❖ **Au-delà des usages, de nombreuses vertus sont accordées aux cocktails, à savoir que, comme le Slow drinking, ils sont perçus comme des moyens d'éveiller à la dégustation (88%) ou encore d'améliorer l'image des spiritueux (70%).** La consommation de cocktails est imaginée plus sociale que le concept de Slow drinking, les personnes interrogées croyant peu à son caractère excluant envers les non-initiés (26%) ou les personnes ne buvant pas de boissons alcoolisées (42%). **Toutefois, les cocktails semblent, a priori, davantage inciter à la consommation que le concept du Slow drinking dans le sens où les interviewés jugeant qu'ils encouragent la consommation d'alcool (48%) sont un peu plus nombreux que ceux qui considèrent qu'ils la limitent (44%).**

- ❖ **En spontanée, les amateurs de cocktails perçoivent avant tout la consommation responsable d'alcool par le prisme de la quantité et de la restriction (57%) :** « savoir s'arrêter » (13%), « la limitation » (12%), « la modération » (12%), etc. Viennent ensuite, mais avec deux fois moins de citations, des éléments plus qualitatifs (23%) évoquant le plaisir (7%), la convivialité (6%) ou encore la dégustation (5%). Enfin, sont mentionnés des propos ayant trait aux différentes campagnes de prévention, à savoir les impacts de la consommation excessive d'alcool (15%), les repères de consommation (14%) ou encore des slogans (3%).
- ❖ **Interrogés plus précisément sur la contribution de la consommation de cocktails à une consommation responsable d'alcool, les amateurs de cocktails s'avèrent plutôt partagés :** 59% d'entre eux tendent à le penser (11% en sont convaincus), sans pour autant considérer qu'ils favorisent davantage une consommation responsable par rapport à d'autres boissons alcoolisées – par rapport au champagne (47% estiment que consommer des cocktails favorise davantage une consommation responsable), à la bière (46%) ou au vin (41%) -, exceptions faites des spiritueux (71%) qui pâtissent souvent de l'image de boissons alcoolisées consommées à l'excès. Lorsque l'impact des cocktails sur la consommation responsable est reconnu, cette perception s'appuie avant tout sur le fait que les buveurs de cocktails jugent qu'ils prennent plus le temps de déguster leur boisson (68%), notamment les plus âgés (78% des 65 ans et plus) et un peu moins les 25-34 ans (57%) ainsi que les habitants de l'agglomération parisienne (56%). L'idée que la dégustation d'un cocktail n'appelle pas directement la consommation d'un nouveau cocktail arrive dans un deuxième temps, partagée par 44% de ces interviewés.
- ❖ Corollairement, **l'idée que « consommer un cocktail, c'est boire moins mais mieux » n'entraîne pas le consensus** des amateurs de cocktails (61% sont d'accord avec cette affirmation, 67% des clients des bars à cocktails).
- ❖ Néanmoins, **le lien entre cocktails et consommation responsable paraît plus solide qu'entre consommation responsable et « Slow drinking » (50%),** même si les connaisseurs du concept (83%) et les clients des bars à cocktails (83%) semblent de leur côté bien plus convaincus de cette corrélation.