



Les Français et la fête sans alcool

Décembre 2025

N° 122095
Contacts Ifop :
Jérôme Fourquet / Marion Chasles-Parot / Clara Rovere
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

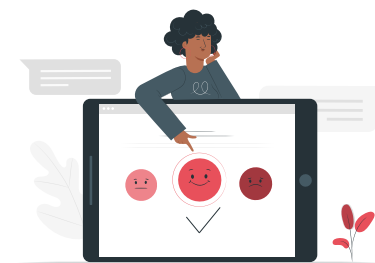
Méthodologie



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1002 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interview(é)) après stratification par région et catégorie d'agglomération.



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne **du 9 au 11 décembre 2025.**

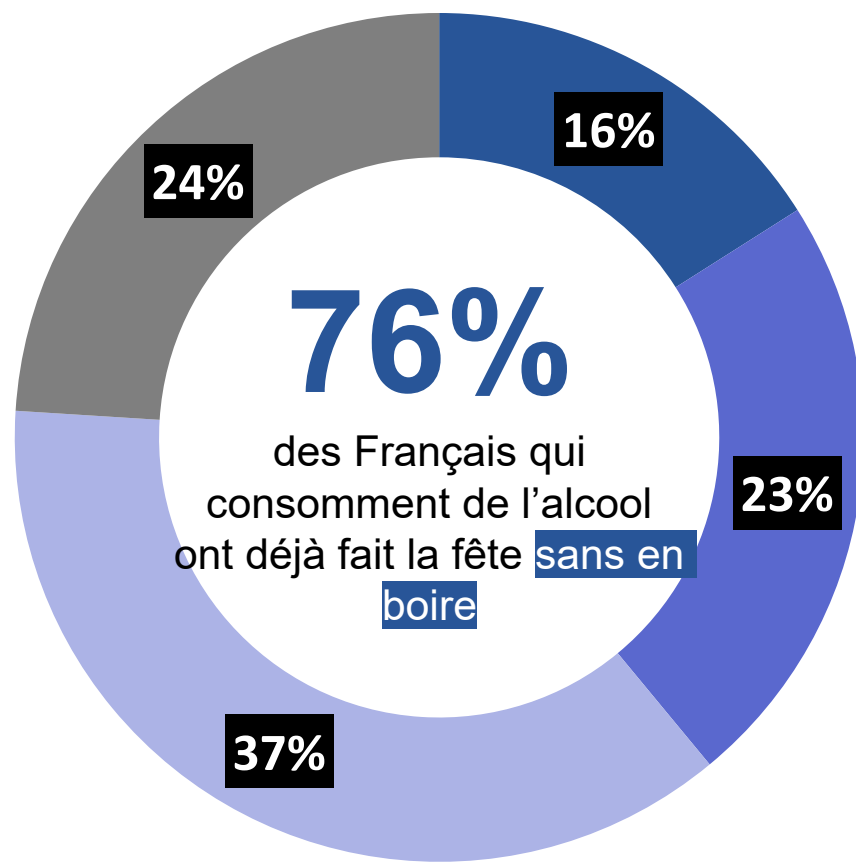
AIDE A LA LECTURE DES RESULTATS

XX% **XX%** Indiquent des écarts significatifs par rapport à la moyenne.

L'expérience de la sortie ou de la fête sans alcool

Question : Vous personnellement, vous arrive-t-il de sortir / faire la fête sans boire d'alcool ? (hors période de sobriété comme le dry january, une grossesse, etc.)

Base : aux consommateurs d'alcool, soit 80% de l'échantillon.



■ Toujours ou presque

■ Souvent

■ Parfois

■ Jamais

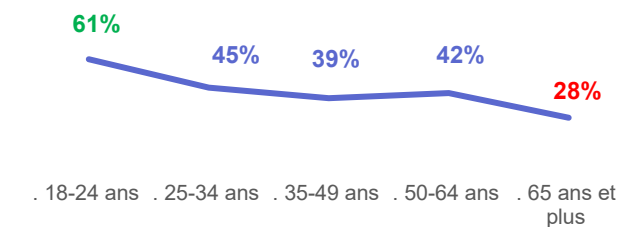


FOCUS sur les personnes ayant déjà fait la fête sans alcool « toujours ou presque / souvent » (39%) :

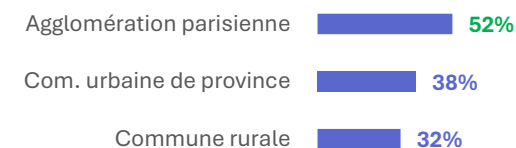
...selon le sexe :



...selon l'âge :



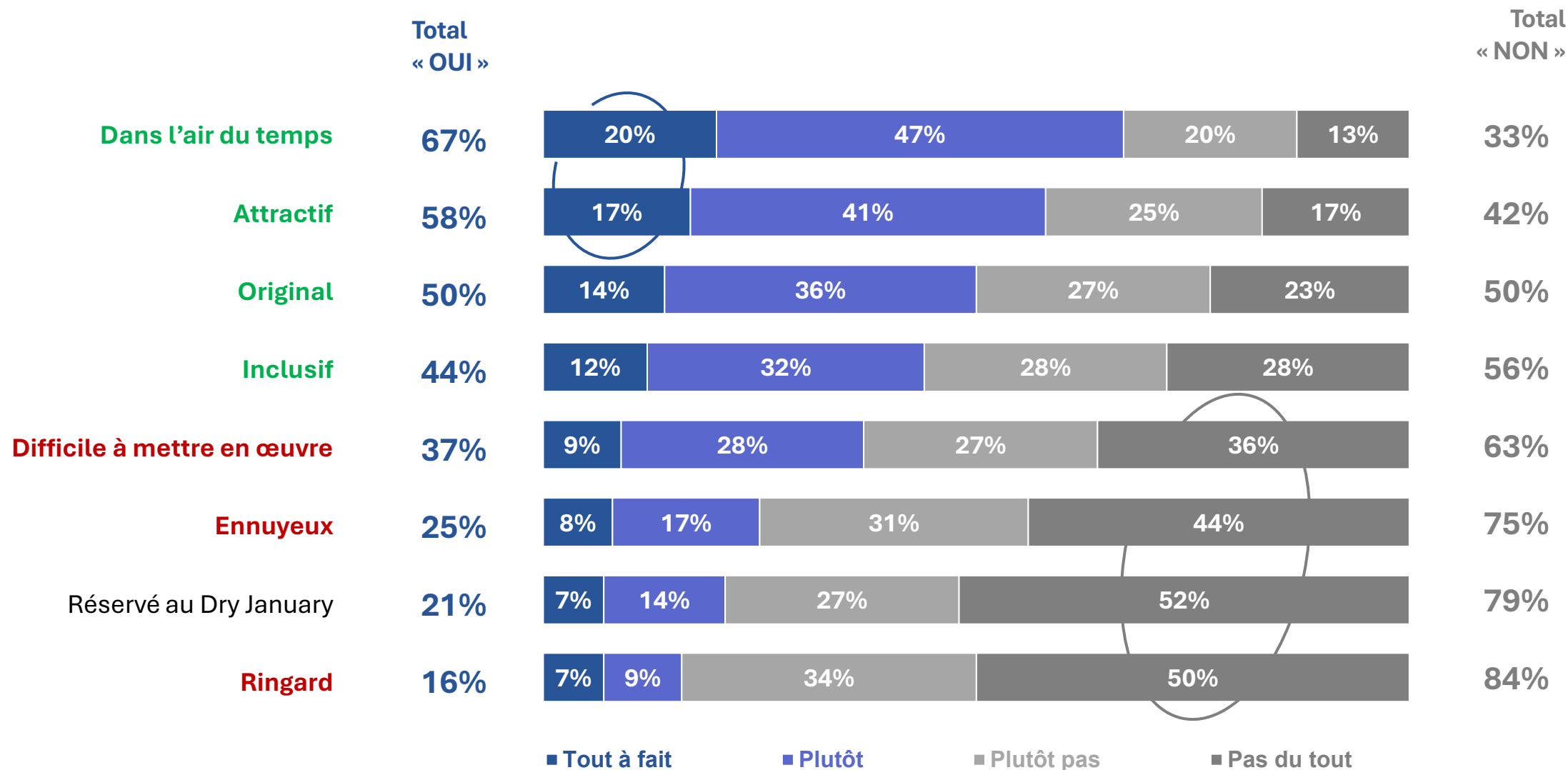
...selon la catégorie d'agglomération :



La perception de la fête sans alcool

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 à la fête sans alcool.

A mes yeux, faire la fête sans boire d'alcool est...



La perception de la fête sans alcool - Focus

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 à la fête sans alcool.

A mes yeux, faire la fête sans boire d'alcool est...

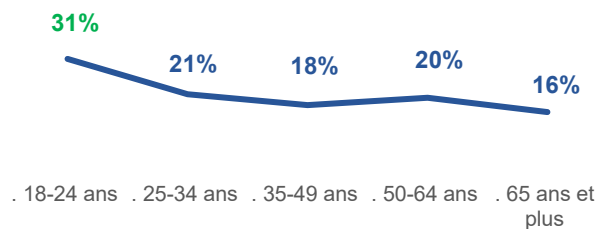
Focus Tout à fait

« Dans l'air du temps »
(Ensemble : 20%)

...selon le sexe :



...selon l'âge :



...selon la consommation d'alcool :



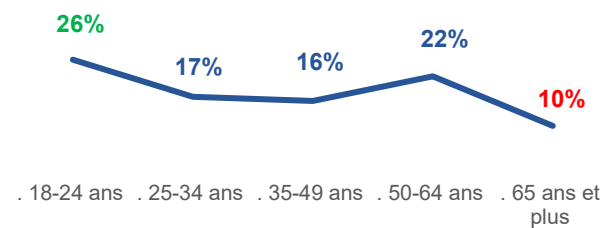
Focus Tout à fait

« Attractif »
(Ensemble : 17%)

...selon le sexe :



...selon l'âge :

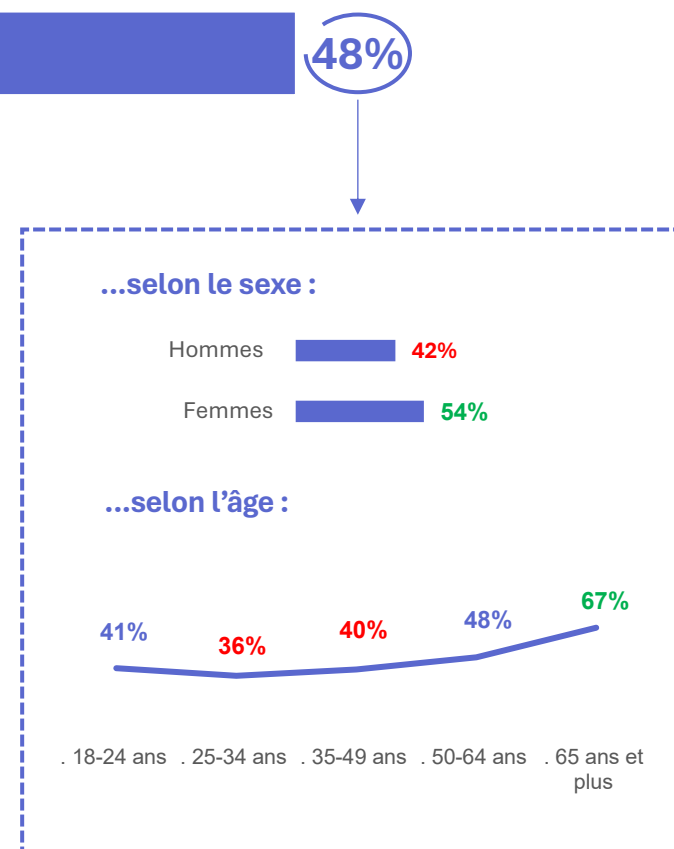
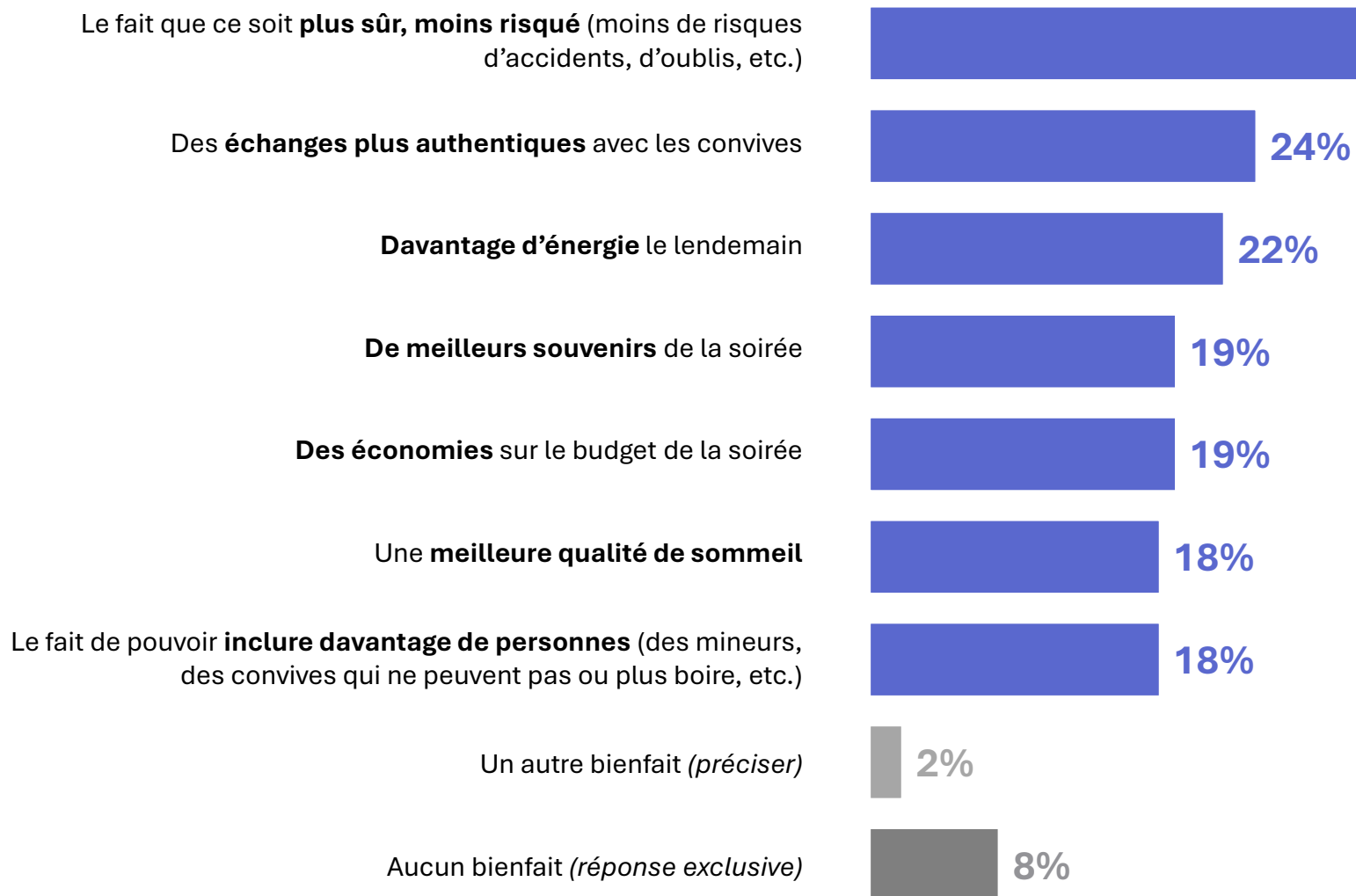


...selon la consommation d'alcool :



Les principaux bienfaits d'une fête sans alcool

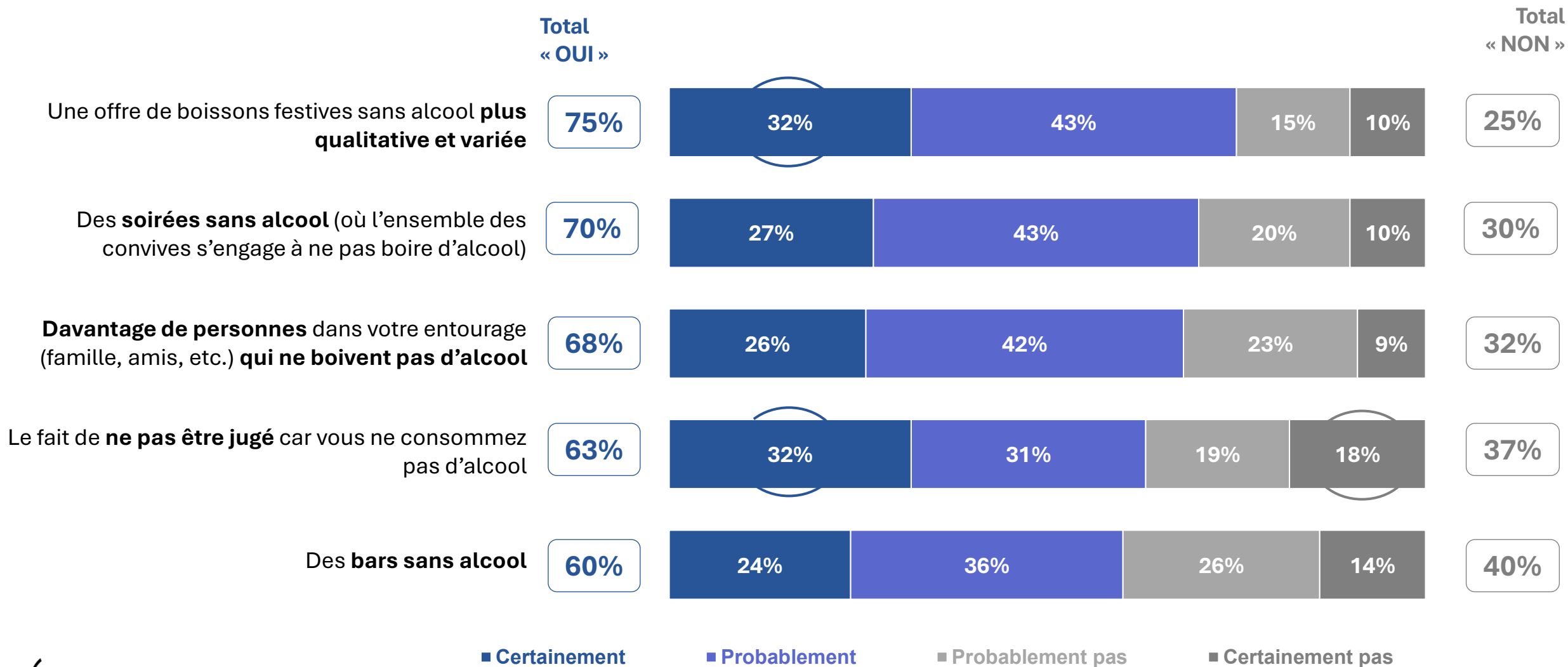
Question : Selon vous, quels sont les principaux bienfaits d'une fête sans alcool ?



(*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses.

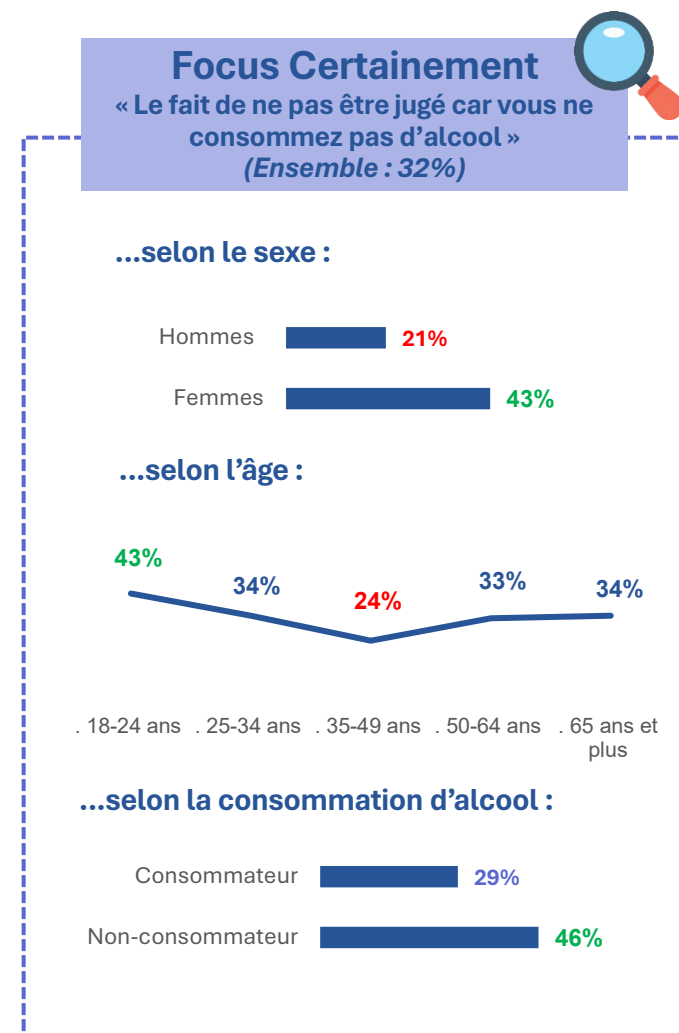
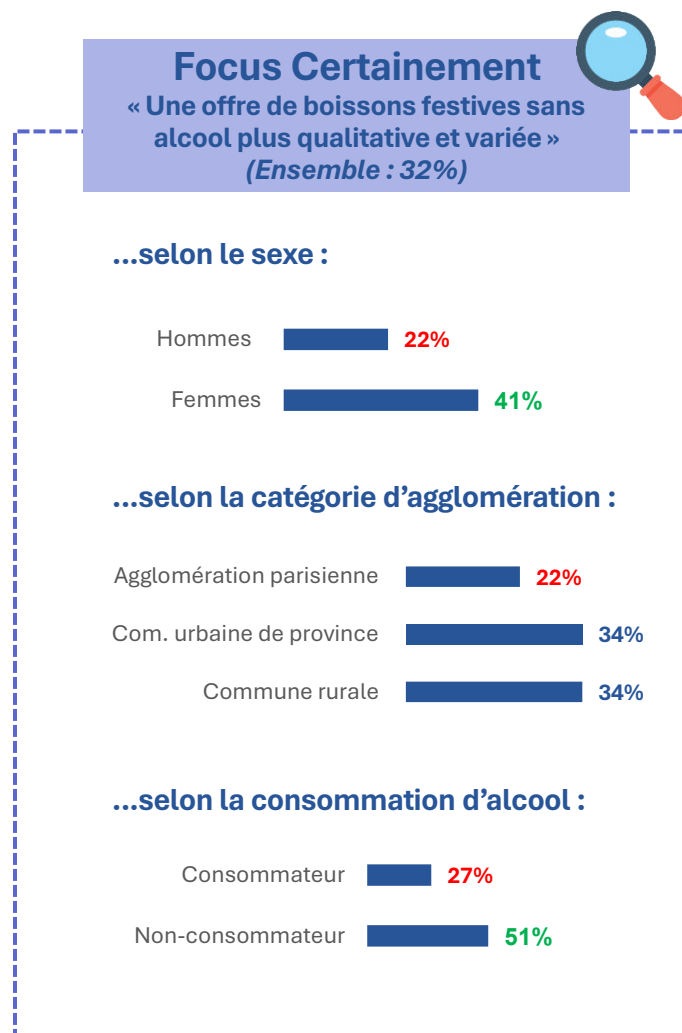
Les éléments favorisant la participation à la fête sans alcool

Question : Pour chacun des éléments suivants, indiquez s'il vous encouragerait ou non à faire (ou faire davantage) la fête sans alcool.



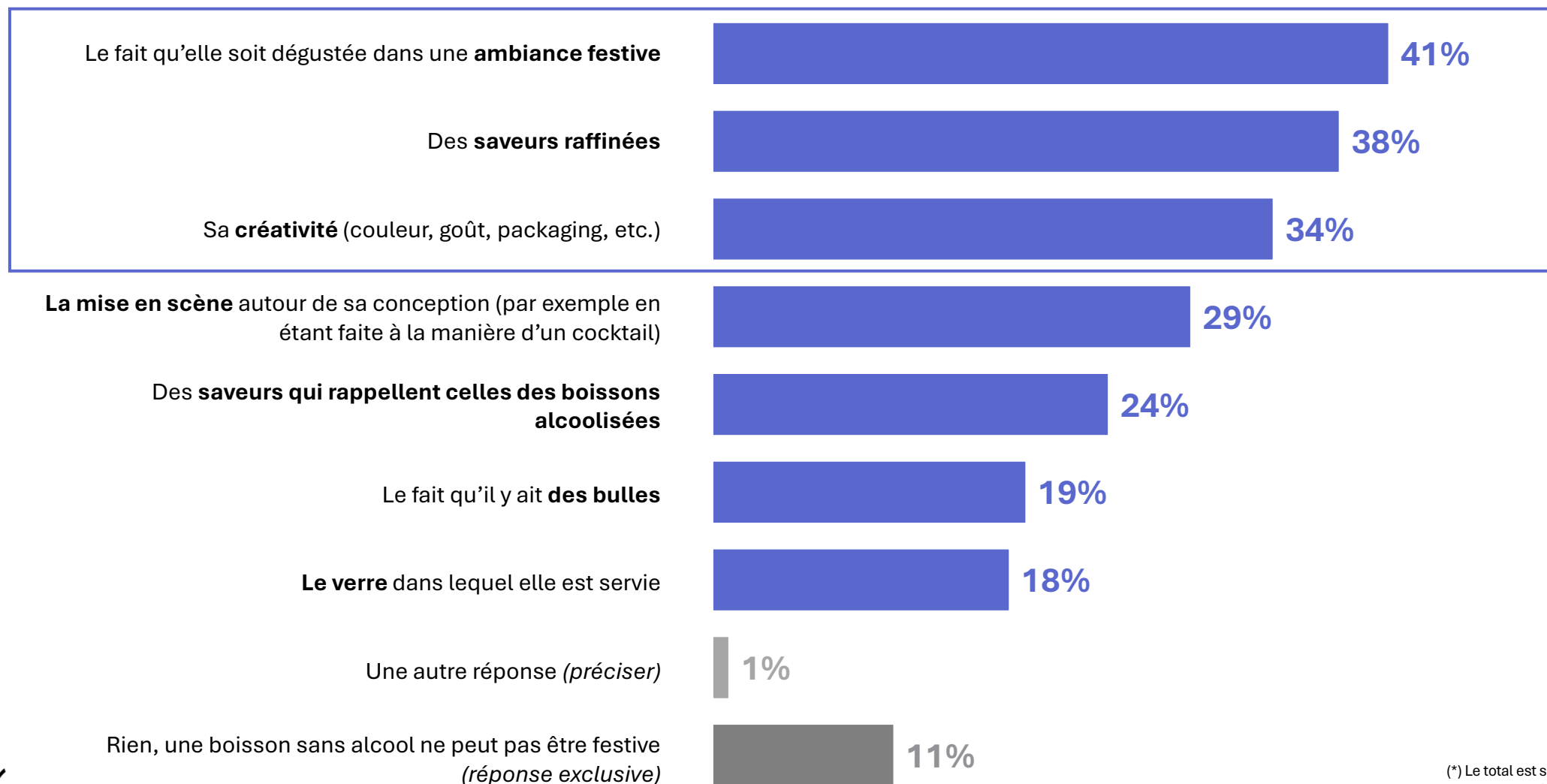
Les éléments favorisant la participation à la fête sans alcool - Focus

Question : Pour chacun des éléments suivants, indiquez s'il vous encouragerait ou non à faire (ou faire davantage) la fête sans alcool.



Les éléments donnant un caractère festif à une boisson sans alcool

Question : Pour vous, qu'est-ce qui donne un côté festif à une boisson sans alcool ?



(*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses.

Les principaux enseignements (1/2)

Les conclusions de récentes enquêtes mettent en avant une baisse générale de la consommation d'alcool en France, notamment auprès des plus jeunes (cf. baromètre Ifop pour Vin et Société en 2025). Mais qu'en est-il des pratiques dans un contexte festif ? Dans un contexte d'évolution des modes de sociabilité et alors que la modération gagne peu à peu ses lettres de noblesse, l'alcool est-il toujours perçu comme un attribut indispensable de la convivialité ?

1. La fête sans alcool : une pratique émergente et générationnelle

Parmi les Français consommateurs d'alcool, trois quarts ont déjà vécu l'expérience d'une fête ou sortie sans alcool, hors périodes de sobriété contrainte ou choisie (comme le *Dry January* ou la grossesse), et 39% le font au moins « souvent ». Ces adeptes sont surreprésentés parmi les femmes (45% contre 33% d'hommes), les habitants de l'agglomération parisienne (52%) et les jeunes (61% des 18-24 ans vs 28% des 65 ans et plus !). Ce dernier chiffre témoigne d'un effet générationnel en matière de consommation d'alcool : la génération Z a moins tendance que ses aînés à normaliser la consommation d'alcool en général et à y associer des valeurs positives.

2. Une réévaluation des valeurs festives

En effet, invités à associer des qualificatifs au fait de faire la fête sans boire, les 18-24 ans attribuent systématiquement plus que la moyenne des Français des items mélioratifs à la sobriété. Ainsi, ils sont davantage convaincus que la fête sans alcool est dans l'air du temps (31% de « oui, tout à fait » vs 20% en moyenne), attractive (26% vs 17%) ou encore inclusive (29% vs 12%). A l'inverse, ils considèrent moins que les caractéristiques dépréciatives s'appliquent à la fête sans alcool.

Au-delà des écarts d'âge, force est de constater que, toute génération confondue, les attributs positifs l'emportent sur les négatifs : la fête sans alcool est davantage perçue comme attractive (58%) qu'ennuyeuse (25%), et plus dans l'air du temps (67%) que ringarde (16%).

Les principaux enseignements (2/2)

3. Les avantages identifiés de la « sobriété festive »

Aux yeux du grand public, cette forme de fête présente de nombreux avantages, notamment en matière de sécurité : 48% des Français citent le fait qu'elle soit « plus sûre, moins risquée », un chiffre qui atteint 54% chez les femmes et 67% chez les 65 ans et plus. Viennent ensuite, mais dans une bien moindre mesure, le fait d'avoir des échanges plus authentiques (24%) et plus d'énergie le lendemain (22%). La génération Z se distingue à nouveau, citant davantage que la moyenne le plaisir de garder de meilleurs souvenirs (28% vs 19%) et de faire des économies sur le budget de la soirée (28% vs 19%), ce dernier item reflétant les contraintes financières propres aux étudiants et jeunes actifs.

4. Les conditions de popularisation de la fête sans alcool

Si la majorité des Français ont déjà expérimenté la fête sans alcool, celle-ci ne fait pas l'unanimité, notamment en raison de difficultés à être mise en œuvre (37% sont de cet avis et notamment les consommateurs les plus réguliers). Pour inciter le recours à cette pratique, les Français en appellent avant tout à une offre plus qualitative et variée de boissons festives sans alcool (75% estiment que cela les inciterait à participer à une fête sans boire d'alcool), mais également à être moins tentés par leur entourage : 70% seraient encouragés par des soirées sans alcool (où l'ensemble des convives s'engage à ne pas boire), 68% par le fait que davantage de personnes dans leur entourage ne boivent pas d'alcool (68%). Ces tendances varient là encore selon le sexe et la génération, les femmes et les jeunes étant plus enclins à adhérer à cette pratique.

Aux yeux des Français, cette offre de boissons non alcoolisées doit être créative (34% estiment que c'est ce qui donne son caractère festif à la boisson) et aux saveurs raffinées (38%). *In fine*, le fait qu'elle imite les goûts d'une boisson alcoolisée est plus secondaire (24%).

Toutefois, le premier élément cité est sans rapport avec le contenu du verre mais avec l'ambiance de la dégustation : 41% des Français considèrent que c'est parce qu'une boisson est dégustée dans une ambiance festive qu'elle le devient.

Cette enquête révèle de potentielles nouvelles pratiques festives en France : si l'alcool reste majoritairement présent, la fête sans alcool constitue aujourd'hui une alternative crédible et valorisée, portée notamment par la génération Z et par les femmes. Le développement d'une nouvelle offre de boissons non alcoolisées est un levier non négligeable pour son acceptation, à même hauteur que le climat de la dégustation (une ambiance festive, des convives buvant avec modération, etc.).



Everything starts with people