

Matériel de presse

Rheinfelden, le 7 février 2024

La bière sans alcool sur le marché suisse en 2023

Résumé

La tendance positive sur le segment de la bière sans alcool (BSA) se maintient. De plus en plus de consommateurs boivent de la BSA. Le marché suisse de la BSA n'est pas encore saturé. Il existe encore un potentiel de croissance. En termes de valeur, près d'une bière sur dix vendue dans le commerce de détail est une BSA. L'image de marque des bières sans alcool s'est nettement améliorée depuis 2019. Les préjugés des consommatrices et des consommateurs concernant le goût de ces bières se sont résorbés. Des BSA sont consommées presque aussi souvent par les hommes que par les femmes. La notoriété et la popularité des bières sans alcool et des mélanges de boissons à base de bière de la marque Feldschlösschen sont excellentes.

Le marché suisse de la bière: la bière sans alcool reste tendance

La part de marché de la bière sans alcool (BSA) sur le marché suisse de la bière continue d'évoluer positivement. Elle avait atteint 6,1% en 2023¹. De plus en plus de consommateurs boivent de la BSA. Dans une enquête menée² en octobre 2023, environ 20% des personnes interrogées ont déclaré qu'elles buvaient généralement de la bière sans alcool. Depuis 2019, la part de consommateurs qui affirment qu'ils boivent de la BSA a augmenté de manière significative. Le nombre de personnes déclarant vouloir boire de la BSA le mois suivant a lui aussi progressé. En 2023, la Suisse était encore nettement à la traîne par rapport à d'autres pays européens, comme la France, la Suède ou la Pologne, en ce qui concerne la pénétration annuelle

¹ ASB, année brassicole 22/23, 28.11.23

² Étude de marché 20 Minutes pour Feldschlösschen_W7. Octobre 2023, enquête en ligne sur www.20min.ch réunissant plus de 25 000 personnes interrogées entre juillet et septembre 2023.

du marché³ par les BSA. C'est ce que révèle l'étude de marché commanditée par le groupe Carlsberg⁴. On peut donc supposer qu'il existe un potentiel de croissance pour la BSA sur le marché suisse.

Évolution impressionnante dans le commerce de détail: ici, la part de marché des BSA a plus que doublé depuis 2017 (elle est aujourd'hui 2,5 fois plus élevée)⁵. Avec un taux de croissance annuel des volumes de 18,5% depuis 2018, la BSA est la catégorie de bière qui enregistre la croissance la plus rapide sur le marché de détail suisse. En termes de valeur, près d'une bière sur dix vendue dans le commerce de détail est d'ores et déjà une BSA (part de valeur de 9,3%). Alors qu'en Suisse alémanique, la consommation de la BSA dans le commerce de détail enregistre une croissance en volume de 9,7% en 2023, la croissance en volume est nettement plus faible en Suisse romande (2,8%).

Les consommateurs: qui boit de la bière sans alcool en Suisse?⁶

Âge et sexe: les Millennials⁷ représentent une part importante des consommateurs de BSA par rapport à la population totale. Les Millennials et la génération X représentent 78% des consommateurs de BSA. 54% des buveurs de BSA sont des hommes. Les hommes boivent donc presque autant de BSA que les femmes. Dans le cas de la bière alcoolisée, la proportion d'hommes atteint 62%.

Facteurs socio-économiques et style de vie: les buveurs de BSA se caractérisent par un niveau d'éducation et un revenu plus élevés que la moyenne de l'ensemble de la population. Les consommateurs de BSA sont plus nombreux que la moyenne à vivre dans un environnement urbain et sont des «Early Adopters», c'est-à-dire qu'ils adoptent très tôt les nouvelles tendances. De plus, une proportion relativement élevée de personnes s'adonnent au jogging pendant leur temps libre.

³ Pénétration du marché: part de la population qui consomme la catégorie de produits au moins une fois par an.

⁴ Brand Health Tracker T4/2023 (BHT), outil d'étude de marché interne du groupe Carlsberg.

⁵ Nielsen, AF 2023. Remarque: The Nielsen Company est une société d'études de marché présente dans le monde entier. Les données mentionnées ici couvrent environ 60% du commerce de détail en Suisse. Elles constituent ainsi une source de données pertinente concernant le marché de détail.

⁶ Consumer Insights, Statista. Public cible: buveurs de bières sans alcool en Suisse, août 2023, Consumers & Brands.

⁷ Millennials (également appelés GenY): toutes les personnes nées entre 1980 et la fin des années 1990. Génération X: personnes nées entre 1965 et 1980.

L'image: que pense la population suisse des BSA?

Une étude de marché qualitative⁸ menée en décembre 2023 montre que l'image des BSA et l'attitude des consommateurs vis-à-vis de ces bières ont évolué positivement ces dernières années, mais que les barrières et les réticences continuent d'affecter la perception des BSA. Les personnes interrogées ont l'impression que le potentiel des BSA ne cesse de se développer, que la société les accepte mieux et que les offres répondent à la demande croissante de produits plus sains. Une autre enquête⁹ datant d'octobre 2023 a également confirmé que les valeurs d'image de la BSA se sont significativement améliorées depuis 2019 (changement dans l'évaluation des affirmations «naturel», «bon goût», «agréable», «bon pour la santé» et «j'aime en boire»).

Feldschlösschen marque de son sceau l'évolution positive de la catégorie BSA

Feldschlösschen est leader en Suisse du développement et de la distribution de BSA et de boissons mélangées à base de bière sans alcool. Le chiffre d'affaires 2023 de Feldschlösschen dans la BSA sur le marché général a augmenté de 10% par rapport à l'année précédente.

Notoriété¹⁰: lorsqu'ils ont été questionnés sur la marque qui leur venait à l'esprit lorsqu'ils pensaient à la bière sans alcool, plus de 60% des sondés ont répondu «Feldschlösschen» spontanément / sans assistance. Près de 90% des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative à la question de savoir si elles connaissaient la bière sans alcool de Feldschlösschen, au moins de nom. À la question «Dans quelle mesure trouvez-vous la bière sans alcool de Feldschlösschen sympathique?», 70% des participants qui connaissaient Feldschlösschen sans alcool ont répondu «très sympathique» ou «plutôt sympathique». Dans le cadre d'une étude qualitative¹¹, les consommatrices et les consommateurs interrogés jugent les bières sans alcool Feldschlösschen attrayantes.

⁸ Source: BSA et mélanges à base de BSA, étude qualitative, décembre 2023, Insight Institute.

⁹ Étude de marché 20 Minutes pour Feldschlösschen_W7. Octobre 2023, enquête en ligne sur www.20min.ch réunissant plus de 25 000 personnes interrogées entre juillet et septembre 2023.

¹⁰ Étude de marché 20 Minutes pour Feldschlösschen_W7. Octobre 2023, enquête en ligne sur www.20min.ch réunissant plus de 25 000 personnes interrogées entre juillet et septembre 2023.

¹¹ Source: BSA et mélanges à base de BSA, étude qualitative, décembre 2023, Insight Institute.