

17.03.2008 - 06:00 Uhr

FHNW: Les boissons alcooliques diluées surtout populaires chez les jeunes

Olten (ots) -

En 2004, la taxation spéciale de certaines boissons diluées à base de spiritueux (alcopops) est entrée en vigueur. Depuis, l'importation des boissons concernées a connu un net recul. La tendance est aujourd'hui aux mélanges à base de bière, très présents sur le marché, et aux mélanges maison de boissons alcoolisées. C'est ce que révèle une nouvelle étude de la Haute école d'économie de la Haute école spécialisée Nord-ouest de la Suisse (FHNW), réalisée sur mandat de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP).

Les alcopops sont, après la bière, des boissons alcoolisées très répandues et les premières consommées. Ce sont des boissons alcooliques diluées à base de spiritueux, de vin ou de bière. Additionnés de limonade, de jus de fruits ou de substances sucrées, ils sont mis sur le marché pré-mélangés, prêts à être consommés. L'étude de la FHNW révèle que l'importation et la consommation d'alcopops a fortement baissé depuis la mise en vigueur d'une taxe spéciale sur ces boissons en février 2004. Les modifications apportées dans la composition par de nombreux fabricants afin de contourner l'imposition constituent la première raison; en général, cela se traduit par une diminution du taux de sucre dans ces boissons, ce qui peut les rendre moins attrayantes sur le plan gustatif.

Faire ses mélanges soi-même revient meilleur marché

La deuxième raison est aussi la plus significative dans la baisse des importations et des ventes de boissons alcooliques diluées. Les gens consomment moins d'alcopops; ils préfèrent composer leurs propres mélanges. C'est le constat qui ressort des importations croissantes de vodka, qui sont passées d'environ 700 000 litres (d'alcool pur) en 2002 à 1,2 millions de litres en 2007. De plus, 42 % des jeunes de 17 à 26 ans interrogés ont reconnu consommer au moins une fois par mois des boissons alcooliques mélangées par eux-mêmes ou par des amis. Le mélange maison comporte deux avantages par rapport aux alcopops: il revient meilleur marché et il peut aussi bien être adapté à son propre goût tout en dosant la teneur en alcool. La vodka est de loin le spiritueux le plus utilisé pour les mélanges.

Ivresse ponctuelle - de plus en plus jeunes

Les alcopops sont avec la bière les deux principales boissons synonymes de début de la consommation d'alcool: auprès des jeunes femmes de 17 à 26 ans, ils constituent, avec la bière, la boisson numéro un. Les meilleures ventes d'alcopops se font dans les clubs, les discothèques et les bars, puis dans les commerces de détail et les stations-service. L'enquête révèle aussi que les jeunes entrent de plus tôt en contact avec l'alcool et s'enivrent dès la première fois. Alors que les personnes aujourd'hui âgées de 25 à 26 ans ont consommé de l'alcool pour la première fois à un âge moyen de 15,2 ans, ceux qui sont âgés de 17 et 18 ans ont commencé à un âge moyen de 14,1 ans. Les jeunes aujourd'hui âgés de 17 et 18 ans se sont enivrés pour la première fois à 15,2 ans en moyenne, ceux de 25 et 26 ans à 16,5 ans.

Les mélanges s'adressent avant tout aux plus jeunes

Ce sont surtout les adolescents et les jeunes adultes qui apprécient particulièrement les boissons alcoolisées issues de mélanges maison ou les alcopops prêts à être consommés. 31 % des

personnes interrogées consomment au moins une fois par semaine des mélanges du genre cocktails et longdrinks, avant tout dans les bars, les discothèques et les clubs. Un jeune sur cinq consomme au moins une fois par semaine des boissons alcoolisées issues de mélanges maison. Les alcopops à base de bière ainsi que les bières aromatisées sont consommés au moins une fois par semaine par 11 % des personnes interrogées et les alcopops à base de spiritueux par 8 %. La popularité et la consommation régulière des alcopops diminuent avec l'âge. Les personnes interrogées les considèrent comme des boissons conçues plutôt pour les jeunes, principalement consommés à cause de leur goût.

Toujours plus appréciés: les mélanges à base de bière Outre la tendance accrue aux mélanges maison, l'étude révèle également un enthousiasme croissant des consommateurs surtout pour les alcopops à base de bière et les bières aromatisées. Alors que la vente d'alcopops à base de spiritueux ou de vin reste stable, les boissons mélangées à base de bière connaissent une forte croissance: leur vente a doublé en Suisse au cours des trois dernières années.

L'étude

L'étude menée par la FHNW et intitulée "Marktstudie und Befragung junger Erwachsener zum Konsum alkoholischer Mischgetränke" porte sur une analyse détaillée du marché suisse des alcopops et sur une enquête menée auprès de 2'830 personnes âgées de 17 à 26 ans. Elle fournit des informations détaillées sur le développement du marché suisse des alcopops, sur la consommation d'alcool et d'alcopops chez les jeunes adultes, sur les motivations, les quantités et les modes de consommation, ainsi que sur la perception des alcopops et sur les aspects économiques.

Cette étude est disponible en cliquant sur le lien suivant:

<http://www.fhnw.ch/wirtschaft/icc/forschung/forschung-ews/ergebnisbericht-alcopops.pdf>

Contact:

Renseignements complémentaires:

Prof. Ruedi Niederer

Tél.: +41/62/286'01'56

Mobile: +41/79/532'80'70

E-Mail: ruedi.niederer@fhnw.ch

Thomas Schaller, Chef de Communication et Marketing

Tél.: +41/62/286'00'47

Mobile: +41/79/792'59'09

E-Mail: thomas.schaller@fhnw.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004717/100557109> abgerufen werden.