

Modes de consommation des boissons alcoolisées en Suisse

Mandat du Groupement suisse des Spiritueux de Marque (GSM)

Christophe Zimmermann
Directeur de l'institut
Avril 2008

erasm sa
rue de la gabelle 6
cp 1313
1227 carouge
t: +41 22 304 44 24
f: +41 22 304 44 34
www.erasm.ch

Table des matières

1. Contexte
2. Une étude en ligne avec les études actuelles
3. Caractéristiques de la consommation d'alcool en Suisse
4. La consommation abusive
5. La consommation en volume
6. Une typologie des modes de consommation
7. Un processus de maturation
8. Conclusion

1. Contexte

- Cette étude s'inscrit dans une démarche descriptive des comportements et des attitudes à l'égard de la consommation d'alcool en Suisse.
- Le « binge drinking » attire l'attention des médias et motive le législateur à prendre de mesures de prévention.
- Or, les données recueillies sur cette question en Suisse abondent, mais la perspective essentiellement épidémiologique des approches actuelles laissent apparaître un manque d'information sur les dimensions psychologiques et sociologiques des comportements.
- En intégrant des questions motivationnelles et situationnelles, cette étude cherche à combler une partie des lacunes de la connaissance actuelle au niveau Suisse.

3

Objectifs et méthode

- Ce contexte conditionne les objectifs de cette étude :
 - Apporter un éclairage plus sociologique et psychologique dans l'observation des comportements de consommation que les approches comportementales et d'épidémiologie classiques
 - Tenir compte des dimensions motivationnelles et situationnelles de la consommation d'alcool
 - Valider l'existence ou non de modes de consommation clivés selon l'âge des consommateurs et, si possible, identifier des effets « générationnels »
 - Observer, le cas échéant, les différences en termes de catégories de produits consommés et/ou de modalités d'utilisation des différents produits selon le mode de consommation observé
- En revanche, cette étude, même si elle corrobore des données actuelles sur la consommation d'alcool en Suisse, ne se substitue pas aux études d'épidémiologie existantes.

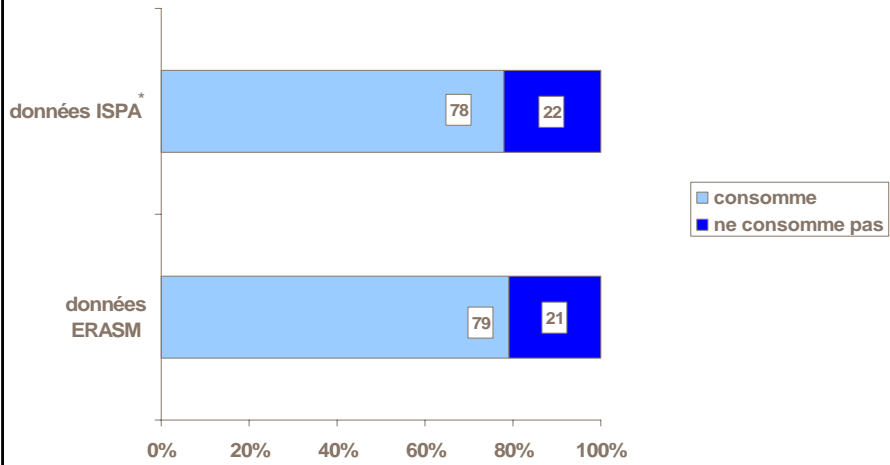
4

Méthodologie

- Méthode Interviews téléphoniques par CATI (Interviews administrées par téléphone avec assistance informatique)
- Échantillon de 922 personnes résidentes en Suisse âgées entre 18 et 74 ans N=922 personnes dont 725 consommateurs de boissons alcoolisées (78,6% qui ont consommé au moins une boisson alcoolisée au cours du dernier mois)
- Quotas de sexe et d'âge, et sélection aléatoire des participants (random quotas)
- Échantillon représentatif de la population suisse , avec une marge d'erreur de +/- 3% pour un échantillon de 922 personnes

2. Une étude en ligne avec les données actuelles sur la consommation d'alcool en Suisse

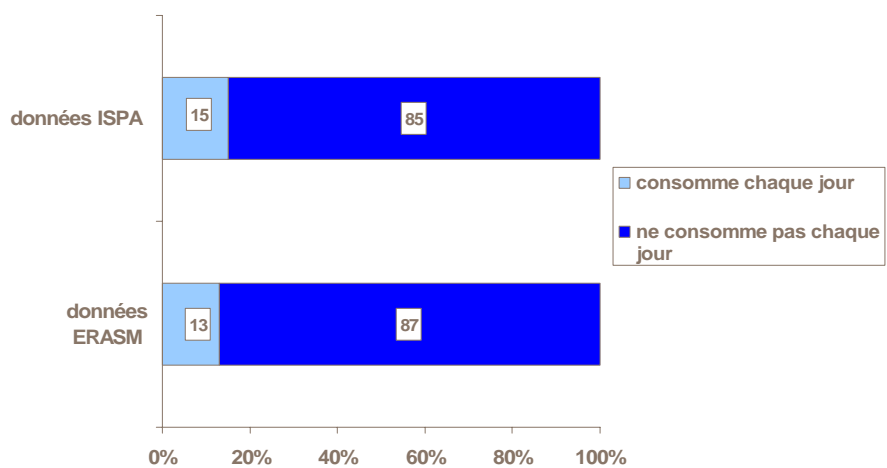
Consommation d'alcool



* Enquête suisse sur la santé réalisée sur mandat de l'OFS, 2002

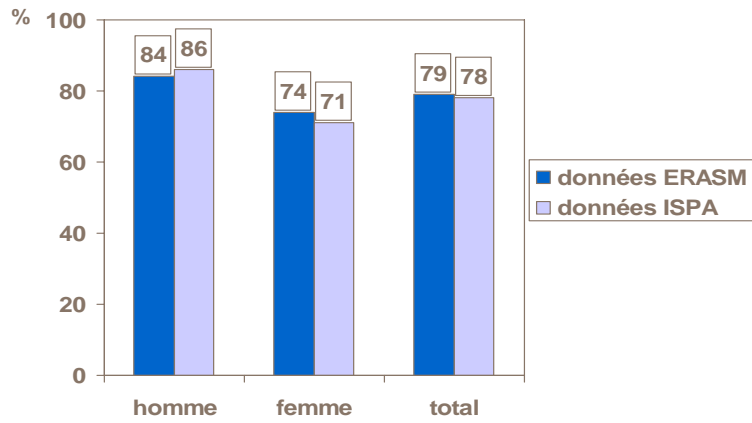
7

Consommation quotidienne d'alcool

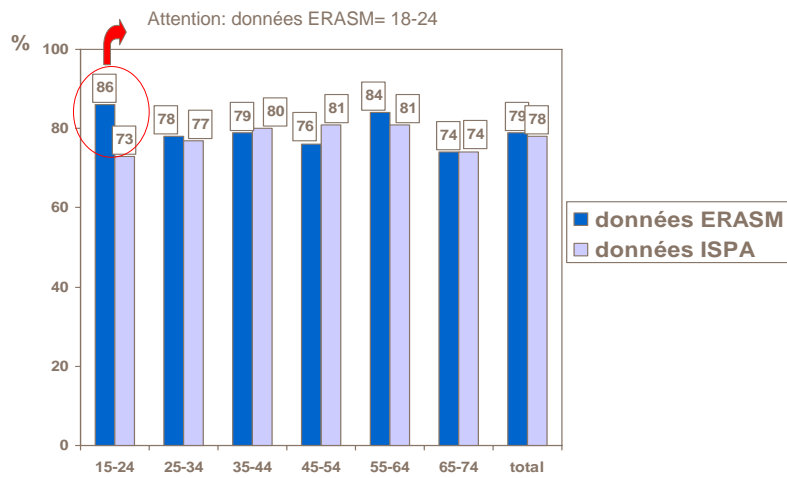


8

Consommation par genre ; comparaison données ERASM-ISPA



Consommation par âge ; comparaison données ERASM-ISPA

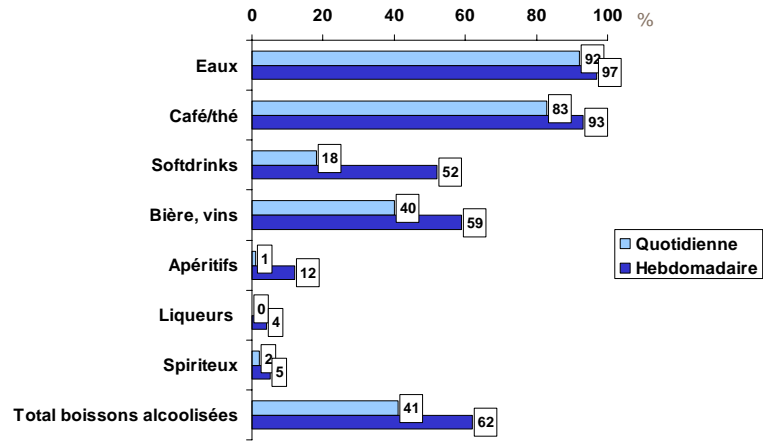


3. Caractéristiques de la consommation d'alcool en Suisse

Types de boissons alcoolisées évoquées dans la présentation

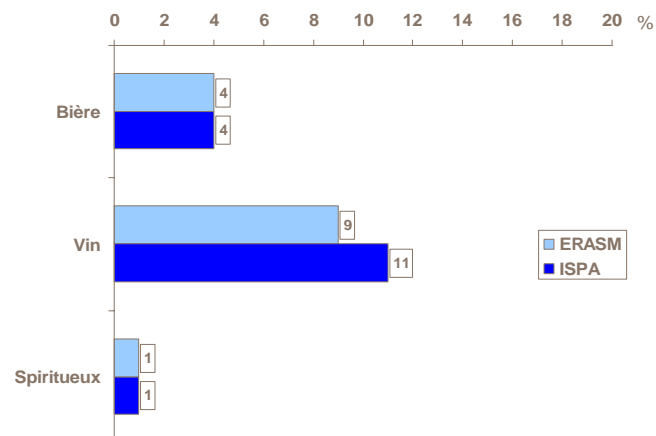
- Bière
 - Vin
 - Champagne /Vins mousseux
 - Apéritifs (Martini, Campari, Sherry, Porto, ...)
 - Whisky, Rhum, Vodka
 - Eaux de vie de fruits/Fruchtbrände (Kirsch, Williams, etc.)
 - Liqueurs douces (Cointreau, Grand Marnier, Amaretto, Baileys...)
 - Digestifs d'herbes/ Kräuter- u. Magenbitter (Fernet, Chrüter, Appenzeller, Jägermeister...)
 - Longdrinks, cocktails et alcopops
- } Boissons alcoolisées (b.a.) de table
- } Spiritueux

Consommation des boissons



13

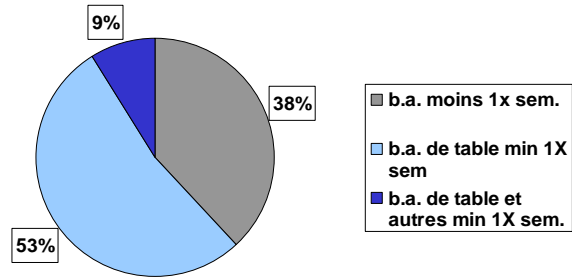
Consommation quotidienne de différentes boissons*



*Catégories selon définitions légales

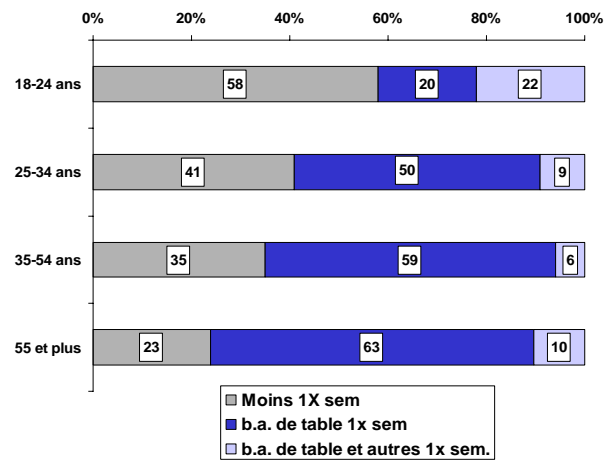
14

Type de consommation (base: consommateurs de boissons alcoolisées)



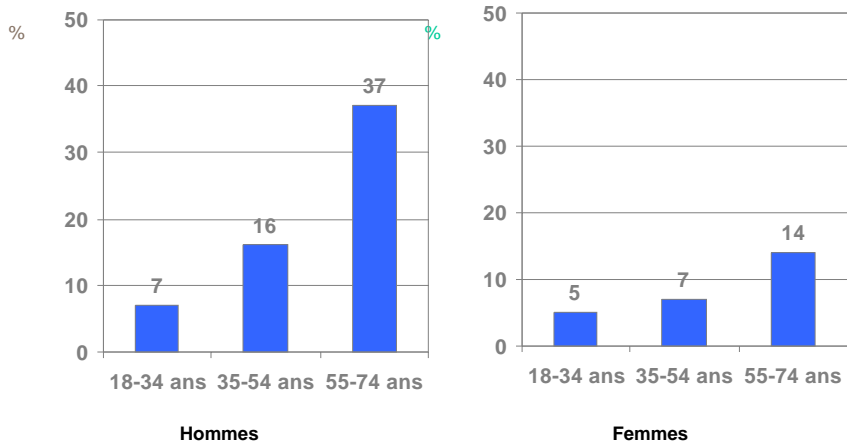
15

Type de consommation selon l'âge (base: consommateurs de boissons alcoolisées)



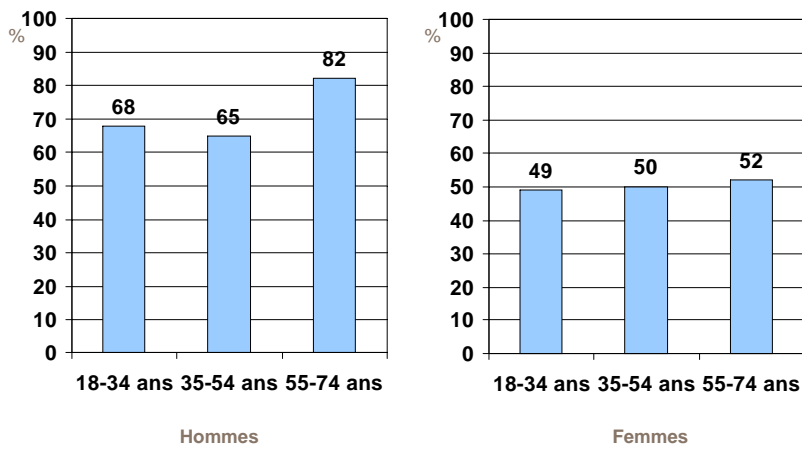
16

Consommation quotidienne, par âge



17

Consommation hebdomadaire, par âge

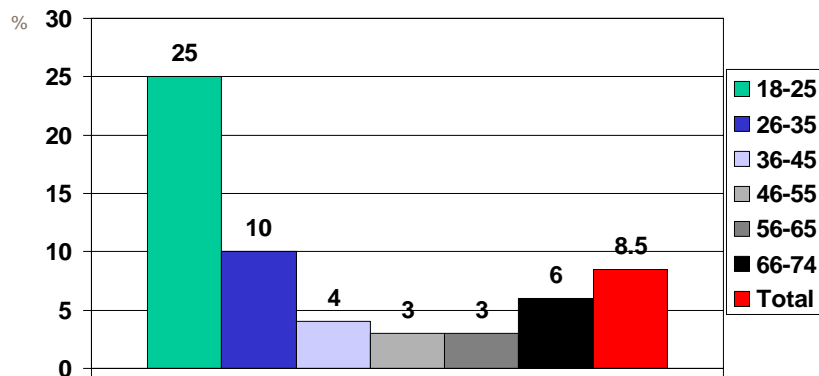


18

4. La consommation abusive

érasml sa
 rue de la gabelle 6
 cp 1313
 1227 carouge
 t: +41 22 304 44 24
 f: +41 22 304 44 34
 www.erasml.ch

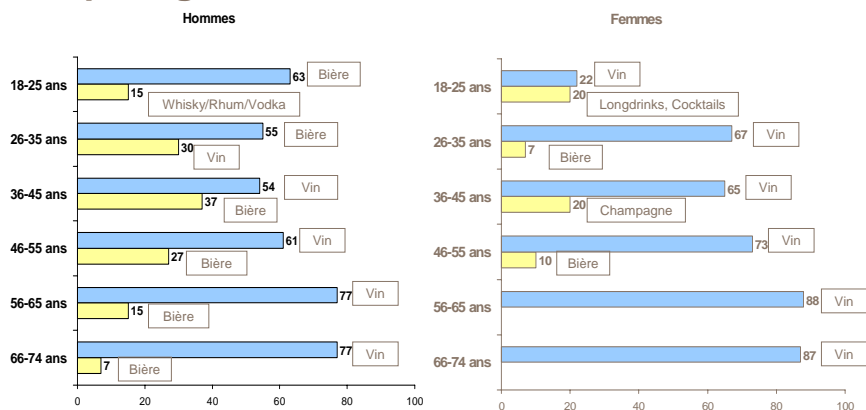
Consomme une ou plusieurs fois par semaine (mais pas chaque jour) des spiritueux*, pas toujours avec modération, par âge



N= 725 (consommateurs b.a.)

* Spiritueux au sens large: Whisky, Rhum Vodka/Apéritifs/Liqueurs douces/Longdrinks,Cocktails, Alcopop

Boissons alcoolisées préférées pendant une fête, par âge



21

En synthèse

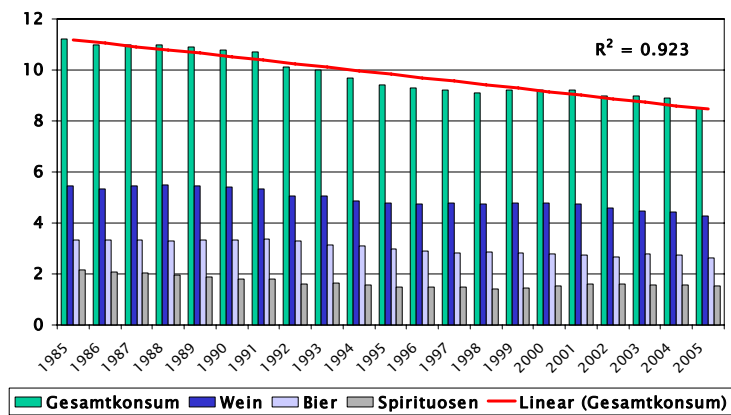
- La consommation est croissante selon l'âge mais subit une forte modification puisque c'est la part des boissons alcoolisées de table qui augmente au détriment de toute autre consommation
- Une consommation très différenciée en terme d'âge surtout si nous observons la posture des jeunes face à la modération et leur choix de produits préférés lors des fêtes.
 - Cette différence de posture fait apparaître une forme de rupture générationnelle.
 - Environ un quart des moins de 25 ans adoptent peu ou prou ce mode de consommation « abusive ».
- La consommation quotidienne est plutôt l'apanage des plus âgés. La consommation des plus jeunes est une consommation plus souvent hebdomadaire (du week-end) et qui diffère en terme de modalités de consommation:
 - une consommation immodérée
 - une consommation plus axée sur la notion de fête
 - une consommation essentiellement « outdoor »
 - la valorisation des produits « faciles » à boire ou procurant un effet euphorisant rapide

22

5. La consommation en volume

erasm sa
 rue de la gabelle 6
 cp 1313
 1227 carouge
 t: +41 22 304 44 24
 f: +41 22 304 44 34
 www.erasm.ch

La tendance est à la baisse (RFA)



Des tendances lourdes

- En Suisse comme en Europe, la consommation d'alcool diminue quelque soit le type de produit
- En vingt ans (1986-2006) la consommation totale a diminué de 21,8%;
 - 21,2% pour le vin
 - 18,3% pour la bière
 - 25% pour les spiritueux
- Les consommateurs sont donc plus modérés y compris chez les jeunes français âgés de 18 à 25 ans (selon les données du BEH) (17,6% alcool régulier en 2000 à 8,9% en 2005)
- Constat d'une augmentation des ivresses sévères chez les plus jeunes (consommation abusive)

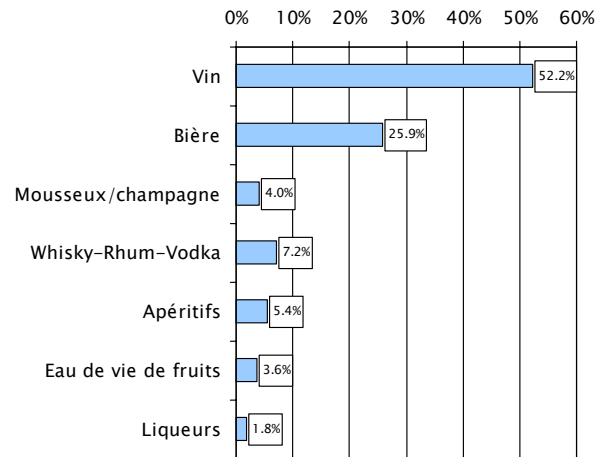
25

Estimation des volumes

- Habituellement les volumes consommés sont estimés par autodéclaration, c'est-à-dire basés sur la réminiscence des quantités bues.
- Cette méthode en sus de ses défauts évidents nécessite de larges échantillons pour être robuste
- Nous avons opté pour une méthodologie plus simple et plus pragmatique qui consiste à calculer les volumes en se basant sur les indices de fréquence de consommation (fréquence individuelle et par produit)
- Cette méthode est satisfaisante puisque:
 - Les estimations donnent des résultats qui reflètent la statistique des volumes fournies par les données « dures » de la distribution
 - Les résultats reflètent parfaitement les différences par genre et par âge

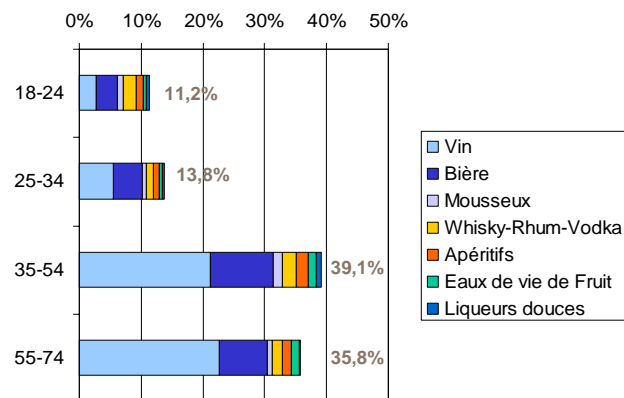
26

Structure de la consommation par produit (en alcool pur)



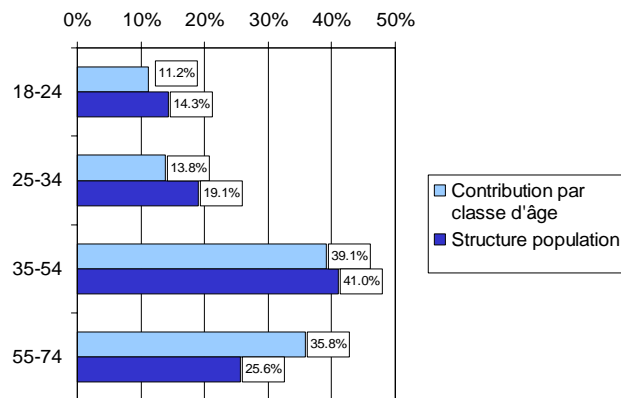
27

Contribution en volume (alcool pur) par classe d'âge et par produits



28

Structure d'âge et volume (alcool pur)



29

Au bilan

- La consommation estimée à partir des volumes en litre d'alcool pur montre que l'inclinaison à consommer chez les jeunes est certes significative, mais leur contribution en volume reste très minoritaire
- La consommation d'alcool reste donc une pratique « populaire » qui touche toutes les franges de la population

30

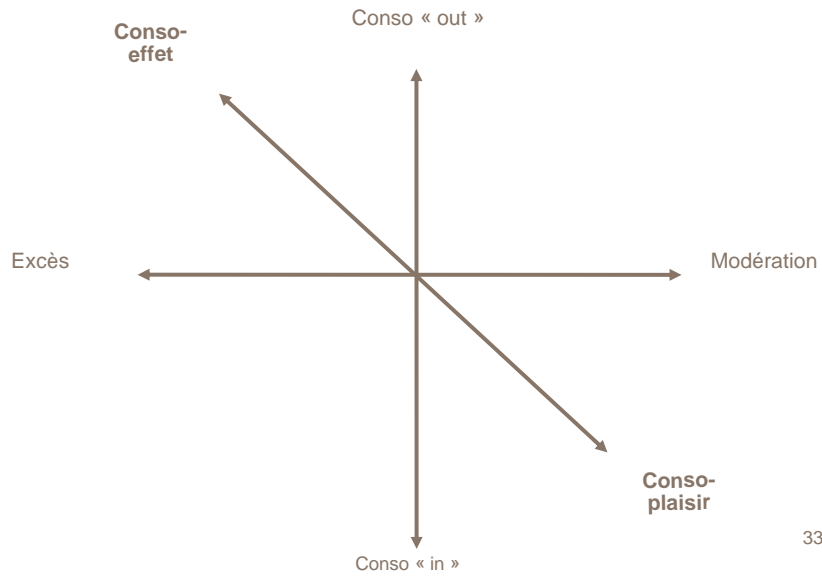
6. Typologie des modes de consommation

Une typologie des attitudes et des postures à l'égard de la consommation d'alcool

→ Objectif d'une typologie dans le contexte de l'étude:

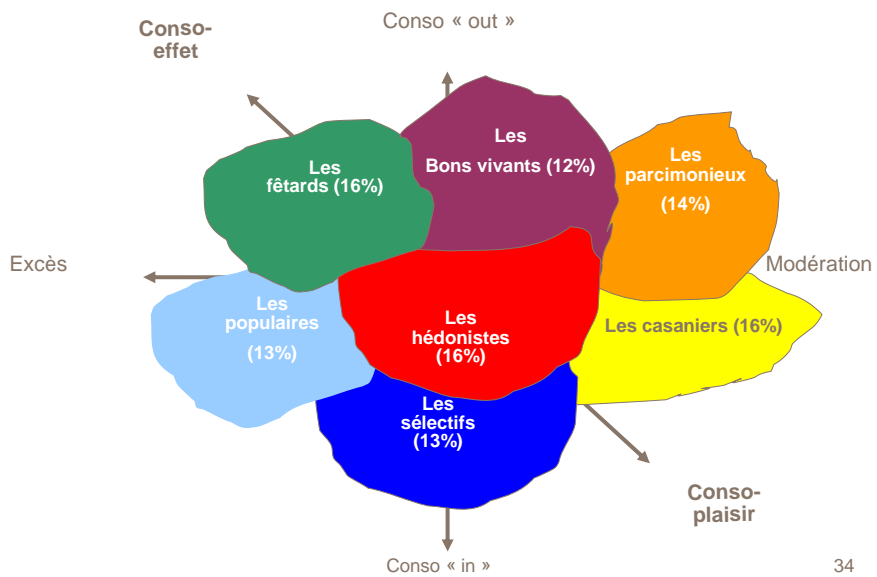
- Identifier les Suisses selon leur profil de consommation
- Cerner les « patterns » de consommation et leur différenciation par l'âge
- Donner une vue sur l'évolution des habitudes de consommation d'alcool au sein de la population suisse
- Mettre en évidence la diversité des usages de la consommation

3 facteurs essentiels de segmentation



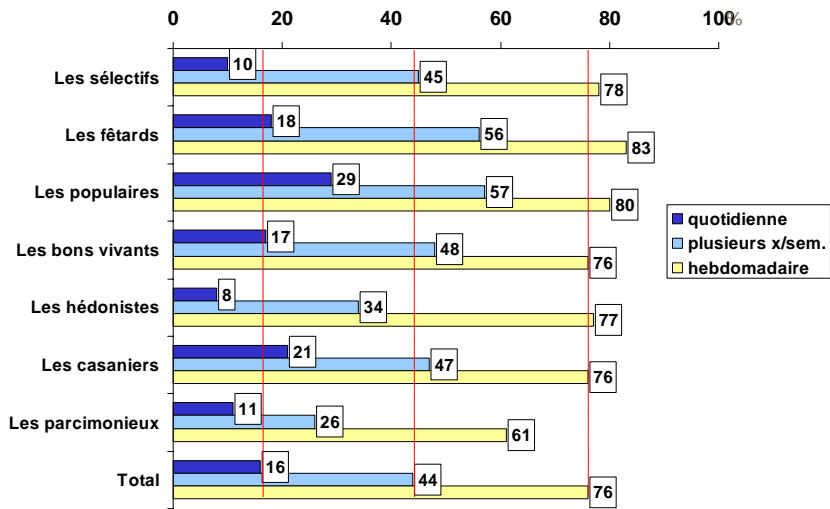
33

7 attitudes par rapport à la consommation



34

Consommation par groupe

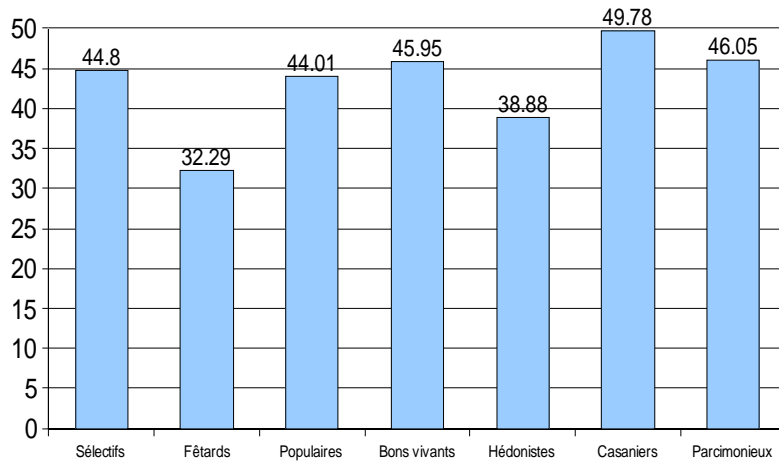


35

7. Processus de maturation

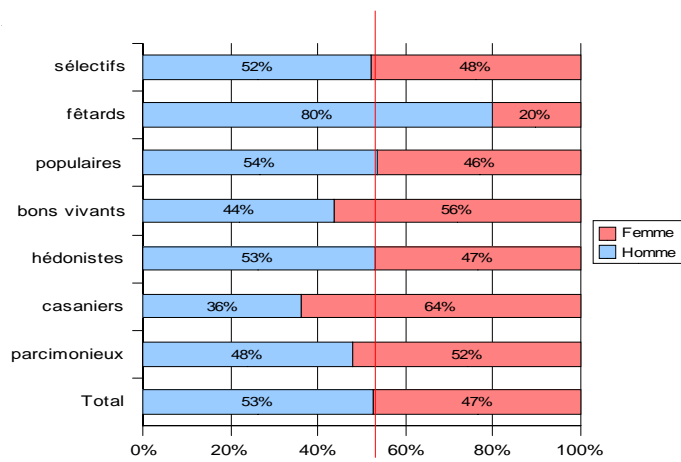
erasm sa
 rue de la gabelle 6
 cp 1313
 1227 carouge
 t: +41 22 304 44 24
 f: +41 22 304 44 34
 www.erasm.ch

Age moyen selon les groupes



37

Répartition des genres par groupe



38

8. Conclusion

- Ces résultats démontrent que la réalité de la consommation en Suisse est très hétérogène et que les phénomènes d'abus de l'alcool restent très circonscrits et limités à des segments très spécifiques de la population
- Le vin et la bière très nettement les b.a. les plus consommées (dans toute situation)
- Les moins de 25 ans représentent globalement 15% de l'ensemble des consommateurs, mais seul un tiers fait partie des « fêtards » soit globalement 5% de la population des consommateurs ou 3,9% de la population dans son ensemble
- La consommation excessive touche régulièrement ou occasionnellement 25% des moins de 25 ans soit 3,6% de la population.