



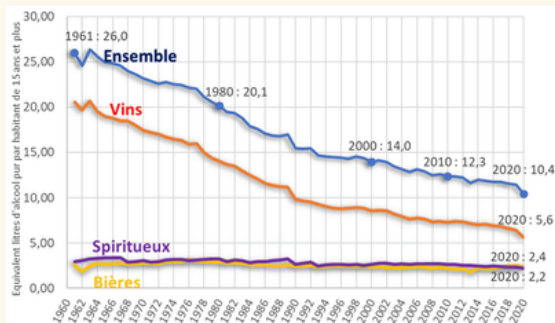
LE DRY JANUARY TENDANCE AUTOUR DES SPIRITUEUX SANS ALCOOL

1. TENDANCES AUTOUR DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL EN FRANCE

La France reste parmi les pays les plus gros consommateurs d'alcool dans le monde, et se classe notamment au 6ème rang des pays de l'Union Européenne où l'on consomme le plus d'alcool quotidiennement, selon la dernière étude d'Eurostat (1).

La tendance globale est cependant à la **baisse de la consommation**, notamment du fait des politiques publiques mises en place au cours des dernières décennies (loi Evin, sécurité routière, etc.).

De 26L en 1960, la consommation annuelle moyenne par habitant a chuté à 10L en 2020 (2).



2. PRINCIPAUX CHIFFRES QUI ILLUSTRENT LA CROISSANCE DU "NO AND LOW"

35% En 2022, selon un sondage BVA, 35% des Français avaient émis l'intention de participer au Dry January (3).

10 M\$ Le segment du "no and low" a dépassé les prévisions, et a déjà atteint 10 M d'euros en valeur selon la toute dernière étude ISWR publiée en décembre 2022, analyse qui porte sur les 10 principaux marchés au niveau mondial dont la France (4).

8% C'est le taux de croissance moyen annuel de ce segment estimé pour la période 2021 / 2025, alors que pour les spiritueux classiques le taux est estimé à +0,7% (4).

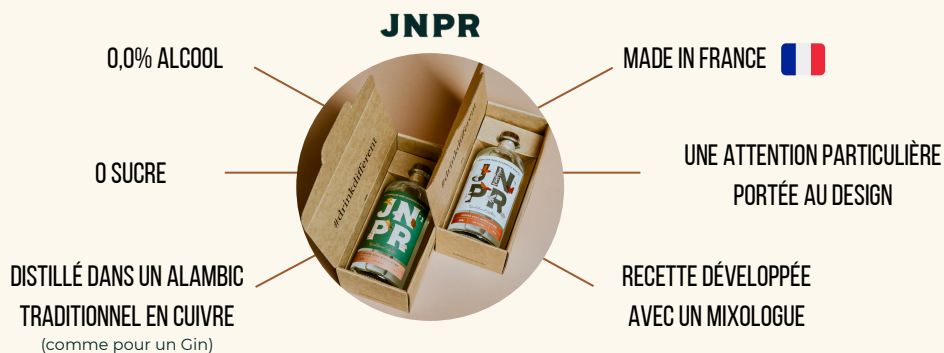
14% C'est le taux de personnes abstinentes parmi les consommateurs de spiritueux sans alcool (4). La très grande majorité des consommateurs continue à boire de l'alcool mais alterne en fonction des moments de consommation.

3 RAISONS QUI EXPLIQUENT L'ENGOUEMENT ACTUEL

- Un sans alcool plus assumé socialement (à l'image en France de la publication d'ouvrages comme ceux de Claire Touzard).
- Une offre qui s'est améliorée, beaucoup plus large et qualitative, avec des caves entièrement sans alcool qui se créent (une à Paris, "Le Paon qui Boit", et une à Nantes dès la rentrée 2023)
- Une attention particulière portée par les fabricants concernant le sucre, une attente forte des consommateurs

3. JNPR, PREMIÈRE MARQUE FRANÇAISE À AVOIR DÉVELOPPÉ UNE GAMME DE SPIRITUEUX SANS ALCOOL

JNPR vient de la baie de genièvre en anglais ("juniper"), l'ingrédient principal de la marque, qui a été replanté en Normandie



JNPR N°1



Spiritueux sans alcool et sans sucre
Herbacé & floral



JNPR N°2



Spiritueux sans alcool et sans sucre
Poivré & épicé



BTTR N°1



Spiritueux sans alcool
Intense & amer



On est tous maintenant plus au moins sur le sans alcool pour réduire après le confinement. Mais on a quand même l'habitude de prendre notre petit apéro le soir pour avoir un petit moment festif en fin de journée.

Bettina



L'alcool avait l'air d'être quelque chose d'assez simple à éviter mais, arrivée au moment de l'apéro, c'était difficile de trouver des choses intéressantes.

Charlotte

4. DRY JANUARY : L'OCCASION DE FAIRE UNE PAUSE DANS SA CONSOMMATION D'ALCOOL

LE DRY JANUARY

Expérience lancée en Angleterre en 2013, consistant à ne pas boire d'alcool durant un mois, après les fêtes de fin d'année, et qui rencontre chaque année de plus en plus d'adeptes.

Selon l'université du Sussex, voici les principaux bienfaits du Dry January (5) :

ÉNERGIE

67 %
estiment avoir
gagné en
énergie

CONCENTRATION

57 %
estiment avoir
amélioré leur
concentration

SOMMEIL

71%
ont constaté des
bénéfices sur leur
sommeil

POIDS

58%
ont annoncé
avoir perdu du
poids

LIVRET DE RECETTES : COCKTAILS SANS ALCOOL FAIBLES SUCRES

A l'occasion du Dry January, JNPR dévoile un tout nouveau livret de recettes pour des cocktails sans alcool faibles en sucres !

Ce livret a été réalisé aux côtés d'une nutritionniste et d'une bartender professionnelle.

L'objectif est de donner des conseils, des astuces et des idées de recettes sans alcool à indice glycémique bas !

Ce livret de 40 pages sera glissé dans toutes les commandes effectuées en janvier.

<https://www.jnprspirits.com/>



CONTACT PRESSE : FIONA SALA
FIONA.NOCA@GMAIL.COM / 06 61 23 32 21

(1) <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20210806-1>

(2) www.ofdt.fr

(3) <https://www.bva-group.com/en/sondages/francais-defi-de-janvier/>

(4) <https://www.theiwsr.com/no-and-low-alcohol-in-key-global-markets-reaches-almost-us10-billion-in-value/>

(5) Université de Sussex, How 'Dry January' is the secret to better sleep, saving money and losing weight

<https://www.sussex.ac.uk/news/article/47131-how-dry-january-is-the-secret-to-better-sleep-saving-money-and-losing-weight>