Communiqué de presse : sous embargo jusqu'au 25 juin

GUEULE DE JOIE
VINS · BIÈRES · COCKTAILS
SANS ALCOOL

Nantes, le 03.06.2019

"GUEULE DE JOIE" LANCE SON SITE ECOMMERCE DE VINS, BIÈRES & COCKTAILS SANS ALCOOL

www.gueuledejoie.com

Alors que Santé Publique France a lancé en mars 2019 une nouvelle campagne d'information sur l'alcool "maximum 2 verres par jour, et pas tous les jours », Gueule de Joie apporte une réponse au fait que "boire moins c'est toujours mieux".

Ce distributeur de boissons d'un nouveau genre propose désormais à la vente sur son site internet une sélection de vins, bières et cocktails "sans alcool". Des boissons qui ont du goût et qui adoptent les mêmes codes de consommation, sans les effets néfastes. La jeune entreprise Nantaise veut satisfaire les envies d'alternatives « modération » des consommateurs, sur un segment de marché prometteur. Son approche moderne et décomplexée vise à apporter une réponse aux personnes qui ne veulent pas (ou ne peuvent pas) boire d'alcool ponctuellement ou durablement; sans concession sur le plaisir, la convivialité, la qualité et le bien-être. Ses boissons sont même jusqu'à sept fois moins sucrées.

"BOIRE MOINS C'EST TOUJOURS MIEUX"

Chaque français a de bonnes raisons d'opter pour une consommation d'alcool raisonnable. Outre la sécurité et la santé, de nombreux consommateurs comme les sportifs, femmes enceintes, personnes malades, les religieux ou tout simplement les personnes n'aimant pas l'alcool ont des attentes « zero alcool ».
Mais aussi les cibles plus jeunes, les populations ouvertes à l'innovation, moins connaisseuses et qui ont une vision de sa consommation plus moderne !

La campagne de sensibilisation sur l'alcool qui vient de s'achever était inédite par son approche pédagogique et préventive.
Mais elle n'apporte pas véritablement de solution aux personnes qui aiment les codes de consommation de l'alcool et qui décideraient d'en faire un usage plus modéré.

MAIS DANS CE CAS ON BOIT QUOI ?

En France, même si les habitudes changent, celui qui ne boit pas est encore celui qui est stigmatisé. Stigmatisé par son entourage qui ne comprend pas toujours son choix. Et stigmatisé par l'offre qui se résume à l'eau, aux sodas et au jus notamment. Quand on sait combien l'alcool est culturel, il n'est pas toujours évident de s'en satisfaire pour trinquer à l'apéro, accompagner un bon repas, encore moins lors de moments festifs.

GUEULE DE JOIE

Sur ce marché du sans alcool Gueule de Joie veut représenter une nouvelle catégorie de boissons et proposer une expérience différente et unique.
Pour satisfaire la demande et engager les consommateurs vers une nouvelle manière de boire, pendant 1 an Gueule de Joie a prospecté et testé des boissons de toute l'europe. Cette phase d'apprentissage a révélé un monde insoupçonné de vins, bières et cocktails sans alcool et de qualité. **Des boissons produites par des brasseries traditionnelles et reconnues, des professionnels du vin engagés et des fabricants passionnés par le produit plus que par l'ivresse.**
Une attention particulière est portée à la qualité des boissons sélectionnées et l'entreprise capitalise sur des matières premières structurantes et riches en arômes. Les procédés de fabrications sont respectueux des traditions et développés dans une culture d'innovation responsable et exigeante.

LES BOISSONS POUR LE LANCEMENT

3 bouteilles de vin | 0% | 75cl | Les domaines Pierre Chavin

- Opia Chardonnay Blanc
- Opia Chardonnay Blanc Effervescent
- Pierre Zéro Rosé

5 bouteilles de bières sans alcool | < 0.5% | 33cl

- Brewdog / Nanny State
- Mikkeller / Henry And His Science
- BRLO / Naked
- Thornbridge / Big Easy

5 cocktails sans alcool | 0% | 25cl

- Mojithé Original
- Mojithé goût Mangue
- Cuba Libre de Twisst Mocktails
- Gin Tonic de Twisst Mocktails
- Piña colada

LE CHOIX DU FINANCEMENT PARTICIPATIF COMME LEVIER DE DÉVELOPPEMENT

Le lancement de son site ecommerce intervient quelques semaines après de la campagne de crowdfunding que Gueule de Joie a menée avec succès en mars/avril 2019. En 40 jours de financement participatif le concept a séduit plus de 130 personnes pour un montant de précommandes qui s'élève à 5500€ https://fr.ulule.com/gueuledejoie/. Cette phase de financement a permis à la startup de confronter pour la première fois son concept au marché français, de s'assurer de l'intérêt des consommateurs pour cette nouvelle génération de boissons et de financer une partie de son premier stock.

SOUTIENS

Le projet de Gueule de Joie est soutenu par :

- Guillaume Raineau, médaillé olympique en aviron aux JO de Rio en 2016 et qui a cessé de boire pour atteindre ce niveau de performance. Un choix motivé et assumé qui lui a procuré de plus belles ivresses.
- Cyril Hubert, biérologue et sommelier de la bière, membre de l'équipe de France de biérologie, qui soutient l'idée que la bière sans alcool est une solution d'avenir et de qualité pour le consommateur et pour la filière brassicole.

MARCHÉ

L'évolution des modes de consommation de boissons et la préférence croissante pour les boissons à faible teneur en alcool constituent un facteur clé d'opportunités. Sensibiliser davantage les consommateurs aux effets néfastes de l'alcool, conjugués à l'évolution des modes de vie plus sains, devraient stimuler la croissance de ce marché.

Un marché des vins, bières et cocktails sans alcool, qui s'il est encore confidentiel en France, bénéficie déjà d'une croissance dynamique à deux chiffres, supérieure à la moyenne du marché.

Les **bières sans-alcool**, même si elles ne représentent à peine que 2,4 % du marché total des bières en France contre 10 % en Allemagne ou en Espagne, ont connu en 2018 une croissance spectaculaire de plus de 25%, soit plus de 1/4 des français qui ont acheté une bière sans alcool en 2018. (source IRI- total GMS 2018). Les géants brassicoles estiment même que 20 % de leur production de bière sera sans alcool d'ici 2025.

Même tendance du côté des **cocktails où le free-spirit** (cocktails sans alcool) n'est plus une punition. Réinventé, le cocktail sans alcool n'est plus ce mélange approximatif de jus. Au contraire, il questionne le savoir-faire et l'imagination de son concepteur mixologue. Il a d'ailleurs été la star de la Paris Cocktail Week 2019.

Quant aux **vins sans alcool** depuis une dizaine d'années les producteurs proposent de vraies alternatives au vin traditionnel. L'offre se diversifie rapidement et séduit de nombreux consommateurs. Avec une croissance de 5% chaque année, les effervescents sans alcool s'affichent de plus en plus comme des prétendants sérieux sur ce marché.

LES BIENFAITS D'UNE CONSOMMATION RAISONNABLE D'ALCOOL

Le projet de Gueule de Joie est sociétal et se décline moins en insistant sur les risques pour la santé (cancer, infarctus…), que sur les bénéfices que chacun aurait à boire moins d'alcool, comme **perdre du poids, mieux dormir la nuit, être plus concentré, gagner en énergie...**
Une tendance amplifiée par le succès croissant de la campagne "Dry January" ("Janvier sobre"), qui encourage à ne pas boire une goutte d'alcool pendant un mois après les excès des fêtes de fin d'année.

LE HEALTHY IMPRIME SA MARQUE DU CÔTÉ DES BOISSONS

La montée en puissance du sans-alcool va de paire avec une tendance de fond, observée depuis quelques années, autour du bien-être et de la healthy food. Aujourd'hui plus qu'avant, on prend soin de soi et de son corps, on essaie de mener une vie plus saine. Or, la consommation excessive d'alcool va à l'encontre de cette volonté.

VERS UNE DIMINUTION DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL

La consommation d'alcool a baissé de moitié en 50 ans. Elle est passée de 26,0 litres d'alcool pur en moyenne par habitant âgé de 15 ans et plus en 1961 à 11,7 litres en 2017 (la baisse étant presque exclusivement due à la diminution de la consommation de vin et notamment à table). Sur la même période la part du sans alcool dans le budget alimentaire des français a bondi de + 400 % pour atteindre un chiffre d'affaires de plus de 10 milliards d'euros.

UN SUJET DE SANTÉ PUBLIQUE

Il est bon néanmoins de rappeler que malgré cette diminution la consommation de boissons alcoolisées reste profondément ancrée dans les pratiques culturelles françaises :

- 5 millions de personnes boivent tous les jours.
- 9 millions boivent au moins 3 fois par semaine.
- La France se classe au 8e rang mondial des plus gros buveurs au monde.
- En moyenne, chaque Français boit 2,7 verres par jour.

41.000 décès dus à l'alcool chaque année en France !
L'alcool est la deuxième cause de mortalité évitable après le tabac, avec 7% du nombre total de décès de personnes d'au moins 15 ans en 2015, d'après Santé publique France, qui a publié son dernier Bulletin épidémiologique hebdomadaire (BEH) le 19 février 2019.

"On n'est pas responsable de la tête qu'on a… mais de celle qu'on fait !"

Contact Presse : Jean-Philippe Braud Fondateur de Gueule de Joie 06 07 85 75 03 - jpbraud@gueuledejoie.com	Toutes les informations sur le projet sur https://fr.ulule.com/gueuledejoie/ Facebook : https://www.facebook.com/GUEULEDEJOIE Instagram : https://www.instagram.com/gueuledejoie/?hl=fr Linkedin : https://www.linkedin.com/company/gueule-de-joie