

conduite en état d'ivresse encouragent les gens à ne pas consommer d'alcool dans les réunions sociales.

Au plan démographique, le vieillissement des baby-boomers a une influence profonde sur les ventes d'eau en bouteille. Ils constituent le groupe le plus obsédé par sa santé et ils ont une carrière lucrative qui leur donne un revenu élevé dont une bonne partie peut être consacrée à des achats de biens non essentiels. En outre, leurs voyages outre-mer ou leurs amis qui ont voyagé leur ont fait connaître l'eau en bouteille.

L'industrie est également en voie de transformation. Elle cesse d'être une industrie de fournisseurs axée sur la production pour devenir de plus en plus motivée par des considérations découlant de la demande. On constate une prolifération des formats doublée de stratégies de marketing visant des marchés précis qui finissent par rendre l'eau en bouteille disponible partout, des réceptions diplomatiques aux parties de baseball. En outre, l'industrie est en proie à une vague de concentration par la fusion des sociétés. Résultat, nous assistons à la création de sociétés plus musclées qui possèdent le savoir-faire commercial et financier voulu pour réussir le lancement de nouveaux produits. La concentration industrielle est toujours un signe précurseur du vieillissement des industries.

Jusqu'à maintenant, la consommation globale a augmenté à chaque année et, bien que le marché donne des signes de vieillissement, il grandit beaucoup plus rapidement que la population. En 1988, Beverage Marketing™ estimait que le marché atteindrait 2 428 millions de gallons en 1992 et 3 396 millions en 1997. Cette prévision est fondée sur une attente de taux de croissance qui ralentirait à 9,2 % pour la période en 1987-1992 et 7 % de 1992 à 1997.

De fait, les données semblent confirmer que la croissance explosive de la dernière décennie serait en voie de ralentir. Comme on peut le constater en consultant le graphique ci-haut, la consommation par habitant a augmenté à chaque année au cours de la décennie, mais le taux de croissance globale a diminué lentement. La flambée de consommation des années 70 n'a pas eu de reprise à la suite du freinage de 1979. Depuis, la croissance continue à une cadence réduite qui dépasse quand même largement celle de l'ensemble de l'industrie des breuvages.

