



BOISSONS

BOISSONS NON ALCOOLISÉES

Les alternatives montent en gamme

Les alternatives sans alcool gagnent du terrain, portées par une demande croissante et une offre toujours plus qualitative. Avec une croissance annuelle à deux chiffres et des innovations remarquées lors des salons 2026, le marché des No Low s'impose comme un secteur dynamique, attirant désormais jusqu'aux grands noms du vin et des spiritueux. Entre santé, curiosité et pouvoir d'achat, les Français adoptent ces nouvelles options, malgré des défis réglementaires et gustatifs.

Si leur potentiel exact continue de faire débat, les alternatives non alcoolisées aux vins et spiritueux occupent déjà une place en vue sur le marché des boissons. Les salons professionnels du début de l'année 2026 l'ont amplement confirmé. Entièrement dédié aux No Low, Degré Zéro Paris a ainsi enregistré un nombre d'exposants (une centaine) en hausse et exposé de belles innovations. Et ce malgré la concurrence frontale de Be No, l'espace dédié au sans alcool créé cette année par le puissant salon international de la filière vin, Wine Expo (66 exposants). Certains étaient d'ailleurs présents sur les deux manifestations, bien décidés à profiter du dynamisme du marché des boissons alternatives sans alcool en France et à l'étranger.

Selon un rapport prospectif de l'IWSR de 2023, la catégorie sans alcool devrait représenter 4 % du marché mondial des boissons alcoolisées d'ici 2027, avec une croissance annuelle de 28 % pour les boissons sans alcool et de 7 % pour les boissons à faible teneur en alcool. Selon ces projections, le marché mondial des boissons No Low dépassera 11 milliards de dollars

en valeur. En France, la société d'études Xerfi avance une estimation du marché des No Low à 290 millions d'euros, en croissance de plus de 30 % depuis 2022. Et si les bières sans alcool, catégorie la plus ancienne, continuent à dominer les volumes (elles en représenteraient plus des quatre cinquièmes), l'offre de spiritueux sans alcool, boissons à base de vin et vins désalcoolisés ne cesse de se développer.

Parmi les pionniers de cette catégorie, Chavin - qui a fêté ses 15 ans l'an dernier - réalise plus de la moitié de son activité dans le sans alcool. "La part du 0 % et du vin désalcoolisé dans notre chiffre d'affaires a aujourd'hui dépassé celle du vin", confirme Mathilde Boulachin, cofondatrice de la maison qui a réalisé un CA de 16,4 millions d'euros en 2025. "La croissance est de 25 %. La catégorie vin désalcoolisé en dénomination Vin de France en est largement responsable. À terme, en extrapolant les évolutions passées sur le marché brassicole, on parle d'un prévisionnel de part de marché en France du vin et des effervescents sans alcool de 5 %", poursuit-elle.

DES CATÉGORIES ET UNE RÉGLEMENTATION EN MOUVEMENT

Bien sûr, ces prévisions sont à prendre avec des pincettes sur une famille difficile à cerner du fait de son étroitesse, de son renouvellement continu, de la variété de ses circuits de distribution (grandes surfaces, magasins bio, cavistes traditionnels, cavistes No Low, épicerie fines, restauration...) et de la vaste palette de ses produits, qui peuvent être désalcoolisés ou bien fabriqués sans fermentation alcoolique (aromatisation, distillation non alcoolique, culture de kombucha...).



La réglementation elle-même balbutie face à ces breuvages qui défient les traditions. Depuis l'an dernier, les vins désalcoolisés peuvent porter la mention Vin de France sous certaines conditions (raisins français, étiquetage clair, conformité aux exigences légales du vin). Les indications géographiques (AOP, IGP) leur restent toutefois interdites. De même, l'usage commercial des expressions spiritueux sans alcool, spiritueux désalcoolisés ou de noms de spiritueux usuels (gin, cognac, rhum), même s'ils font partie d'un nom de marque (virGin par exemple), est proscrit.

Malgré l'imprécision des chiffres et la relative confusion qui règne en termes de catégorisation des produits, il ne fait toutefois pas de doute que le marché des No Low est fondamentalement porteur. Il a pour moteur la culture de la modération qui s'installe dans la société soutenue par des préoccupations de santé, de bien-être, de curiosité, voire de pouvoir d'achat. Les boissons alcoolisées sont de moins en moins des aliments du quotidien, leur consommation baisse régulièrement de décennie en décennie. L'Observatoire Chavin & CSA, un sondage représentatif publié à la fin de l'an dernier, annonce que 36 % des Français ont réduit leur consommation d'alcool en 2025 et que 39 % comptent la modérer cette année.

UN PREMIER VIN DÉALCOOLISÉ DE GRAND CRU BORDELAIS

Confrontés à la baisse de la consommation de boissons alcoolisées, victimes de la guerre commerciale mondiale et des ravages du dérèglement climatique, les producteurs de vins et spiritueux haut de gamme commencent à chercher des relais de croissance dans le sans alcool. Témoin, la co-conception entre le Château Sigalas Rabaud, premier grand cru classé de sauternes et la marque pionnière du vin désalcoolisé Moderato, d'une version sans alcool du vin liquoreux bordelais. C'est la première fois qu'une maison aussi prestigieuse du Sud-Ouest appose son nom sur l'étiquette d'un vin 0 % ! Attentifs à ne pas dévoyer la signature Sigalas Rabaud, les deux partenaires ont utilisé des raisins de cépage sémillon issus du terroir du château, récoltés à la main et vinifiés de la même manière que les autres cuvées.



*Deserteur
Grand Zero.
Domaine
Bibo Runge*

Réalisée au Chai Sobre, site de désalcoolisation ouvert en 2025 dans le Gers par la coopérative Vivadour et dont Moderato est partenaire, la désalcoolisation emploie la technique de la distillation sous vide à basse température, technique reconnue pour sa capacité à ne pas trop dissiper les arômes. La première cuvée, produite à 6 000 exemplaires, est vendue depuis peu à La Grande Épicerie de Paris, chez des cavistes partenaires, sur le site Internet de Moderato et à la boutique de la propriété, au prix public conseillé de 29,90 €.

LA DÉALCOOLISATION COMME EXPRESSION D'UN TERROIR

Nombre de viticulteurs voient dans la désalcoolisation un moyen de s'adapter au marché sans dévoyer leur savoir-faire ni leur lien au terroir. À l'exemple de Mauperier, un domaine établi en Castillon-Côtes-de-Bordeaux qui a lancé Affranchi 0.0, un rouge désalcoolisé que la propriétaire du château, Ana Russo, présente comme "le premier Vin de France désalcoolisé de vigneronne". Ce vin désalcoolisé est élaboré à partir des raisins de la propriété et bénéficie d'une vinification

traditionnelle avant désalcoolisation. En Allemagne, le domaine Bibo Runge établi dans la région viticole du Rheingau propose Deserteur Grand Zero, un riesling "grand cru" millésime 2017 désalcoolisé, issu d'une parcelle spécifique et vendangée manuellement, vieilli en fût de chêne pendant un an. Distribué par Zenotheque, il est disponible en édition limitée de 1 000 bouteilles.

"Pour faire un bon vin sans alcool, il faut partir d'un bon vin", énonce Charlotte Burckhard, la fondatrice de la marque de vins désalcoolisés Oh my Baie. Fille d'un ancien importateur de vin sur le marché britannique, elle désalcoolise en Espagne "des vins conçus par des vignerons indépendants du sud de la France, qui sont l'expression de leur terroir, baigné du soleil d'Aix-en-Provence et imprégné de l'air salin de l'étang de Thau." Toutefois, la difficulté du vin désalcoolisé est qu'il reste trop souvent comparé au vrai vin sur un marché largement porté par les "flexibuteurs". Près des trois quarts des Français alternent en effet entre alcool et No Low. Néanmoins, des freins persistent. Plus de la moitié (58 %) des consommateurs citent encore "le goût et la qualité" comme obstacle majeur, suivi par "la peur des ingrédients utilisés" (15 %) et "le prix" (40 %) établit le Baromètre No Low. Dans ce contexte, les producteurs mènent un travail continu pour améliorer les techniques de désalcoolisation et rapprocher les vins désalcoolisés de l'aromatique du vin.

UNE PREMIÈRE VERSION ZÉRO DU COGNAC

Autre première intervenant cette fois dans l'univers des spiritueux, une première version sans alcool du cognac vient d'être élaborée par Crocodile Brothers. Le producteur charentais s'est également attaché à ne pas trahir la recette traditionnelle. Crocodile Brothers Zero est réalisé à partir d'un hydrolat de jus de raisin distillé "dans un alambic de type charentais", précise Damien Bertrand, cofondateur de l'entreprise. Les raisins de cépage ugni blanc caractéristique du cognac, sont cultivés sur la propriété. La boisson est aromatisée par assemblage d'extraits naturels ainsi que de chêne pour obtenir une note boisée. Crocodile Brothers Zero est conditionné dans la même bouteille style Art déco que l'original. La bouteille de 70 centilitres est vendue 34,90 € contre 145 € pour le cognac XO de la marque.



*Crocodile
Brothers Zero*

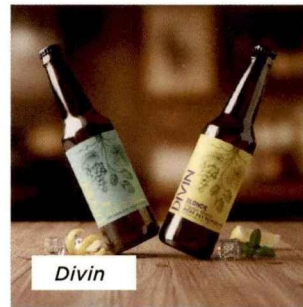
Oh my Baie

Le segment des pétillants se révèle particulièrement créatif avec des process de fabrication variés qui souvent utilisent d'autres techniques que la désalcoolisation. Le Château d'Estoublon en Provence, a opté pour un process bloquant la fermentation alcoolique, donc ne nécessitant pas de désalcoolisation pour son effervescent sans alcool L'Excessive. Giulia Mimosa, déclinaison fruitée (aux oranges et oranges sanguines siciliennes ou à la framboise du sud de la France) du pétillant de Maison Giulia annoncée pour avril prochain, est développée sur une base de verjus et de jus de raisin de France méditerranéenne. Henri-Marie, nouvelle marque de la Distillerie de la Sainte-Famille reprise il y a deux ans par Chartreuse, propose des "boissons végétales" gazéifiées élaborées en collaboration avec le chef étoilé Édouard Loubet, avec des ingrédients naturels bio aux vertus bienfaitantes : noix verte, bourgeon de pin, verveine, fleur de sureau, de sauge ou baie de genièvre, sans oublier l'incontournable gingembre.

DES CONSOMMATEURS PRÊTS À PAYER POUR LE GOÛT

"Nous cherchons à atteindre des consommateurs très sensibles au goût et prêts à dépenser pour cela", décrit Olivier Pin, directeur de la distillerie. Les prix publics conseillés vont de 4,90 € la bouteille de 25 centilitres en vente à emporter à 10,50 € chez un caviste. Dans les boissons gastronomiques, la marque danoise produit des boissons à base de thés sélectionnés qu'elle fait

fermenter pendant 40 jours à partir d'une souche de kombucha dans un premier temps, complétée dans un second temps par des botaniques (fleurs de soucis, groseilles à maquereau, citronnelle, baies de genièvre, sorgho, champignons séchés...).



Divin



Henri-Marie. Distillerie de la Sainte-Famille

Enfin, Divin, la marque de vin désalcoolisé des vignobles tourangeaux Villebois, lance deux bières des vendanges 0 % brassées à partir de moût de raisin : une IPA Sauvignon Blanc et une Blonde Chenin Blanc. Ces "boissons hybrides" ont été créées à quatre mains par le maître-brasseur belge Dirk Nauts (Brasserie De Proef), un pionnier du sans alcool, et l'œnologue de Divin, Alessandro Bariè. Elles sont obtenues par fermentation d'orge contrôlée (des levures spéciales contiennent des bactéries produisant très peu d'alcool). L'univers du sans alcool n'a pas fini de surprendre nos papilles !

Olivier Costil