

L'essor des produits “No-Low” : nouveaux défis pour l'étiquetage et la réglementation

The rise of “No-Low” products: new challenges for labelling and regulation

Valérie Lempereur², Céline Nowak¹, Arnaud Fauga¹ et Carole Honoré-Chedozeau²

¹ DGCCRF, 59 boulevard Vincent Auriol, 75703 Paris cedex 13, France

² Institut Français de la Vigne et du Vin, 210 boulevard Vermorel, 69400 Villefranche-sur-Saône, France

Résumé. Depuis plusieurs années, le “No-Low” est devenu une tendance mondiale, impulsée par l'attrait des consommateurs pour le bien-être, la santé et la volonté de maîtriser leur consommation d'alcool. L'étude vise à décrire le marché français des “No-Low” à base de vin désalcoolisé, étiquetés comme “vin” ou comme “boisson”. Au total, 124 échantillons ont été collectés en France en 2023 et 2024 dans les magasins et en ligne. Les résultats montrent que le marché des “No-Low” est peu lisible du fait d'une grande variété de dénominations de vente, de la reprise des codes du vin (bouteille, cépage, *etc.*) par la majorité des produits, et de l'incohérence de présentation dans les rayons des magasins. La présence d'une liste des ingrédients, révélant par exemple l'ajout d'arôme, d'eau, d'édulcorant, apporte quelques clarifications sur la nature du produit. Cependant, l'indication de nombreux additifs, ainsi que la teneur en sucre parfois élevée, questionne sur l'acceptabilité des produits. Ces éléments peuvent mettre en difficulté le consommateur à comprendre ce marché, ce qui, à terme, pourrait générer de la méfiance et ralentir sa croissance. La clarification du cadre réglementaire et l'éducation des consommateurs et distributeurs pourraient y remédier.

Abstract. For several years, “No-Low” has become a global trend, driven by consumers' growing interest in well-being, health and alcohol consumption in moderation. The study aims to describe the French market for “No-Low” products based on dealcoholized wine, labeled either as “wine” or as “beverage”. A total of 124 samples were collected in France in 2023 and 2024 in stores and online sources. Findings indicate the market landscape is difficult to understand, characterized by a wide variety of product sale names, the use of traditional wine attributes (bottle, grape variety, *etc.*) - even when products are labeled as “beverages”, and the inconsistency of store shelves. The presence of a list of ingredients provides some clarification on the nature of the product by revealing for example the addition of flavors, water, and sweeteners. However, the indication of numerous additives, and potentially high sugar content, raises concerns regarding product acceptability. These factors may contribute to consumer misunderstanding of the “No-Low” market, and could potentially cause mistrust and hinder market growth. Clarifying the regulatory framework and enhancing consumer and distributor education could fix this.

1. Introduction

Depuis quelques années, les produits “No-Low” constituent une tendance mondiale, fortement relayée par les médias [1,2]. Ils apparaissent comme une réponse possible à la déconsommation globale d'alcool, touchant notamment les jeunes consommateurs [3,4,5], ou à l'interdiction de consommer de l'alcool pour des raisons religieuses ou de santé, ou encore à l'attrait des

consommateurs pour le bien-être et une meilleure santé (réduction de l'apport en calories, végétaux, *etc.*).

Représentant actuellement un marché de niche, les alternatives “No” ($\leq 0,5\%$ vol.) connaissent cependant une expansion, avec une offre de plus en plus diversifiée et sophistiquée [6]. Ce segment semble intéresser les professionnels français qui ont été nombreux à assister au premier salon “Degré Zéro” qui s'est tenu à Paris en février

2024 [7]. Pour ce qui est des “Low” (au-delà de 0,5% vol. et inférieur à 8,5% vol. ou 9% vol. selon la zone viticole), l’offre est actuellement peu étoffée, mais suscite l’intérêt de certains professionnels, en particulier ceux sous signes de qualité [8].

L’essor des produits “No-Low” en Europe a été favorisé par une évolution du cadre réglementaire [9]. Au niveau international, l’OIV poursuit ses travaux (démarrés en 2012 - et même amorcés en 2004 avec une résolution sur la correction de la teneur en alcool des vins) visant à mieux encadrer ces produits en termes de techniques d’élaboration, de définition et d’étiquetage [10, 11, 12, 13]. L’Union européenne a quant à elle introduit en 2021 au sein de l’OCM vitivinicole une définition du vin désalcoolisé (TAVA non supérieur à 0,5% vol.) et du vin partiellement désalcoolisé (TAVA supérieur à 0,5 % vol. et inférieur à 8,5% vol. ou 9% vol. selon la zone viticole) [14]. Au niveau français, l’Institut National de l’Origine et de la Qualité (INAO) travaille actuellement à l’élaboration d’un cadre applicable à la désalcoolisation partielle des vins sous appellation d’origine protégée ou indication géographique protégée.

Pour cette étude, le terme “No-Low” regroupe l’ensemble des boissons sans alcool ou faiblement alcoolisées de l’univers vitivinicole, qu’elles soient étiquetées comme “vin désalcoolisé”, “vin partiellement désalcoolisé”, “vin sans alcool”, “boisson sans alcool”, “boisson à base de vin désalcoolisé”, ou tout autre mention similaire, en ayant à l’esprit que les dénominations de type “boisson” ne sont pas définies réglementairement. Par souci de simplification, nous avons classé les produits de notre étude en deux catégories : “boisson” d’une part, et “vin” d’autre part. Pour s’inscrire dans le cadre du centenaire de l’OIV, un objectif de 100 références de produits “No-Low” a été fixé.

Notre étude a pour but de faire un état des lieux des produits “No-Low” vendus en France afin 1) d’apporter une caractérisation de chaque catégorie de produits en fonction de la teneur en alcool afin de mieux les discriminer, 2) de mettre en évidence les difficultés auxquelles les consommateurs peuvent être confrontés au moment de leur acte d’achat lorsqu’ils cherchent à obtenir de la transparence et des informations claires sur ces produits “No-Low”, et 3) de recommander des pratiques au sujet de l’étiquetage et du positionnement des produits dans les rayons auprès des professionnels et metteurs en marché.

2. Matériel et méthodes

2.1. Échantillonnage

Face à l’émergence des produits “No-Low” sur le marché français, une première collecte a été entreprise en 2023 et s’est poursuivie jusqu’à juin 2024 dans différents lieux de ventes physiques (cavistes, supermarchés de diverses tailles dans différentes villes de France) et en ligne afin de recueillir des références et des informations sur cette nouvelle catégorie de produits proposés à la vente en

France. Seuls les échantillons présentés comme une alternative aux vins ont été considérés dans cette étude (hors jus de raisin, bières, cidres, spiritueux et autres types de boissons sans alcool ou peu alcoolisés). De nombreux produits “No-Low” identifiés en ligne ont été écartés de l’échantillonnage lorsqu’il était impossible d’accéder à certaines informations, en particulier celles figurant sur la face arrière des bouteilles. Au total, 124 produits ont été sélectionnés (Tableau 1).

Pour chaque échantillon, différents indicateurs ont été identifiés sur l’étiquette : marque commerciale, nom de l’opérateur, présence d’un site internet, type (tranquille ou effervescent), couleur (blanc, rosé, rouge), pays d’origine, lieu de désalcoolisation, lieu de mise en bouteille, pays d’importation ou de distribution, millésime, variété, dénomination de vente, mention “sans alcool”, catégorie de produit, titre alcoométrique volumique, numéro de lot, liste des ingrédients, dématérialisation, déclaration nutritionnelle, certifications, packaging (type, poids, couleur et centilisation du contenant, type d’obturateur), lieu de vente (type de lieu de vente, nom du rayon de présentation, catégorie de produits avoisinants) et prix de vente.

La catégorie du produit, “boisson” ou “vin”, a été déterminée en fonction du libellé de la dénomination de vente. Il s’agit donc d’un élément déclaratif, qui correspond à un choix de positionnement de l’opérateur sur le marché. La dénomination de vente a ensuite été comparée à la catégorie réglementaire du produit (ainsi, un produit vendu comme “vin désalcoolisé” qui fait mention de la présence d’arômes dans sa liste des ingrédients devrait être requalifié en “boisson” au regard de la réglementation. A l’inverse, une “boisson” ne contenant ni eau exogène, ni arôme, ni sucre ajouté pourrait en principe être appelée “vin désalcoolisé”).

Les “No-Low” de notre étude sont produits par 39 opérateurs de diverses nationalités. Les opérateurs les plus présents sur le marché français sont français (28 opérateurs soit 70%). Les 30% restants sont originaires d’Allemagne (7), de Suède (1), de Norvège (1), du Danemark (1), et du Royaume-Uni (1). Certains opérateurs sont bien implantés sur le marché des No-Low, avec plusieurs références et/ou plusieurs marques commerciales disponibles. Trois opérateurs (un français, un allemand et un suédois) constituent à eux seuls 30% de l’échantillonnage. Les informations en anglais et allemand ont été traduites en français.

Le tableau 1 présente les principales caractéristiques des 124 échantillons collectés par type de catégorie cible (nombre de références, type, couleur). L’échantillonnage est globalement bien diversifié entre les différents types, couleurs et degré d’alcool. Il est à noter que la proportion de non effervescents est plus importante que celle des effervescents dans chaque catégorie de produits (63% pour les “boissons” et 74% pour les “vins”), et que les blancs (couleur) représentent la moitié de l’échantillon total (et la moitié de chaque catégorie, “vin” ou “boisson”). Les produits blancs et tranquilles sont donc les plus représentés dans notre échantillon (30% de l’échantillon). A l’inverse, les produits rouges et effervescents sont

absents de l'étude, car ils ne sont pas commercialisés dans les divers lieux de vente visités (ce qui est somme toute assez logique étant donné que la production de vin rouge effervescent - avec alcool - est très confidentielle en France). Autrement, les rosés de la catégorie "vin" (effervescents et tranquilles) sont également peu représentés, ils ne représentent que 10% de l'échantillon (7% de tranquilles et 3% d'effervescents). L'échantillonnage présente également peu de produits "Low" : seulement une boisson à 5,5% vol. et deux vins à 6% vol. Cela est cohérent avec le fait que ce segment de marché est aujourd'hui encore peu développé, notamment du fait des difficultés techniques et réglementaires intrinsèques aux produits "Low".

Tableau 1. Nombre d'échantillons sélectionnés par type, couleur, catégorie de produit et degré d'alcool.

Types	Effervescent		Tranquille			Total
	Blanc	Rosé	Blanc	Rosé	Rouge	
Boisson	14	11	19	12	11	67
0% vol.	12	6	11	8	6	43
< à 0,5% vol.	2	5	7	4	5	23
5,5% vol.	0	0	1	0	0	1
Vin	11	4	18	9	15	57
0% vol.	4	4	7	4	3	22
< à 0,3% vol.	1	0	0	0	0	1
< à 0,5% vol.	5	0	11	4	12	32
6% vol.	1	0	0	1	0	2

2.2. Analyses des données

2.2.1. Calculs des variables d'intérêt

Pour chaque catégorie ("vin" ou "boisson"), les dénominations de vente ont été regroupées en plusieurs familles afin de dégager plus aisément des tendances. Par exemple, les dénominations de vente "vin désalcoolisé gazéifié", "vin rouge désalcoolisé" et "vin blanc désalcoolisé bio" ont été regroupées dans la famille "vin désalcoolisé". De la même façon, les dénominations de vente "boisson pétillante sans alcool" et "boisson sans alcool à base de syrah" ont été regroupées dans la famille "boisson sans alcool".

Un focus a également été réalisé sur les mentions valorisantes pouvant figurer sur les étiquetages des produits, celles qui sont propres à l'univers du vin telles que le millésime ou le cépage, ainsi que d'autres plus génériques : agriculture biologique, vegan.

Les aspects visuels liés au packaging des bouteilles ont été caractérisés (couleur, centilisation, type d'obturateurs). D'autres variables de type commerciales ont quant à elles permis d'apprécier le mode de présentation des "No-Low" en boutique (physique ou en ligne).

Les variables économiques ont été analysées afin de cerner la typologie des opérateurs intervenant sur le marché français des "No-Low" (mentions d'origine, marques commerciales, prix de vente).

La teneur en sucres issues des informations nutritionnelles figurant sur les étiquettes ont été traitées par catégorie (boisson/vin) et type (effervescent/tranquille) afin d'évaluer la diversité et la distribution des échantillons étudiés.

L'ensemble des statistiques descriptives pour ces différents indicateurs ont été réalisées sous Excel et R version 4.3.2 en utilisant le package *ggplot2* pour les représentations graphiques.

2.2.2. Analyse spécifique de la liste des ingrédients

Pour chaque échantillon, la liste des ingrédients identifiée a été morcelée afin de séparer, quantifier et catégoriser par synonymie les différents ingrédients listés par catégorie de produit ("boisson" et "vin") et degré d'alcool. Le nombre d'apparition de chaque ingrédient pour chaque échantillon a été compté pour décrire l'échantillonnage dans chaque catégorie. Puis, une matrice a ensuite été constituée avec en ligne les ingrédients, en colonne, les catégories de produits et de degré d'alcool, et l'intersection correspondant au nombre d'apparition de chaque ingrédient dans les différentes catégories. Cette matrice a été soumise à une analyse factorielle des correspondances (AFC) afin de repérer les ingrédients spécifiques et partagés entre les différentes catégories de produits et de degré d'alcool. Les catégories de produits et de degré d'alcool présentant un faible nombre de références n'ont pas été pris en compte dans cette analyse. Seuls les ingrédients utilisés dans un minimum de 5% de l'échantillonnage ont été conservés pour cette analyse. L'analyse a été réalisée sous R version 4.3.2 en utilisant les packages *FactoMineR* et *factoextra*.

3. Résultats et discussion

3.1. Une diversité d'informations au sein des catégories de produits complexifiant l'offre

3.1.1. La dénomination de vente : une aide toute relative pour la discrimination des produits par les consommateurs

Il a été observé 65 dénominations différentes pour les 124 produits (43 dénominations pour les 67 "boissons" et 23 pour les 57 "vins", une dénomination est commune à un produit de la catégorie "boisson" et un produit de la catégorie "vin"). Les dénominations de vente sont donc

très diverses, davantage pour la catégorie “boisson” que pour la catégorie “vin”, avec une utilisation majoritaire de la dénomination “vin désalcoolisé”. Les dénominations de vente ont été regroupées en plusieurs familles. Comme il est impossible de tirer des conclusions pour les 3 produits “Low”, ces derniers ont été écartés. Le regroupement par famille ne porte donc que sur 121 produits.

Pour la catégorie “boisson” (avec un TAV $\leq 0,5\%$ vol.), quatre grandes familles ont été mises en évidence :

- les “boissons sans alcool” (32%), comportant un ou plusieurs descripteurs complémentaires (par exemple “boisson sans alcool à base de chardonnay”) qui mettent en exergue l’absence d’alcool dans les produits ;
- les “boissons à base de vin désalcoolisé” (27%), pouvant comporter ou non un descripteur complémentaire (par exemple “boisson à base de vin rosé bio désalcoolisé”), qui mettent en évidence le procédé de désalcoolisation du vin ;
- les “boissons à base de raisins” (27%), comportant un ou plusieurs descripteurs complémentaires (par exemple “boisson à base de raisins fermentés désalcoolisés”) qui mettent en avant la matière première ;
- les “boissons aromatisées” (9%), comportant un ou plusieurs descripteurs complémentaires (par exemple “boisson aromatisée à base de vin désalcoolisé de cépage Merlot”), qui mettent prioritairement en avant la présence d’arômes dans les produits. Il est à noter qu’un nombre important de boissons dont la liste des ingrédients mentionne le terme “arômes” ne fait pourtant pas mention de cette aromatisation dans sa dénomination de vente (sur 45 boissons contenant un arôme, 39 n’indiquent pas dans la dénomination de vente que le produit est aromatisé).

Pour la catégorie “vin” (avec un TAV $\leq 0,5\%$ vol.), seules deux familles ont été définies :

- les “vins désalcoolisés” (93%), pouvant comporter un ou plusieurs autres descripteurs (par exemple “vin rouge désalcoolisé” ou “vin de France désalcoolisé”) ;
- les “vins sans alcool” (7%), qui mettent en exergue l’absence d’alcool dans les produits. Il est à noter que l’allégation “sans alcool” est largement plus apposée sur les “boissons” que sur les “vins”.

Les dénominations de vente des “No-Low” apportent un niveau d’information très hétérogène, certaines sont simples (“boisson à base de vin désalcoolisé”), alors que d’autres sont plus complexes en précisant la couleur, l’origine, le cépage, *etc.* (par exemple “vin rouge désalcoolisé de France”).

Le caractère effervescent des “No-Low” (“boisson” et “vin” confondus) est également indiqué de façon hétérogène. Plusieurs descripteurs différents sont ainsi utilisés : “bulle”, “gazéifié” / “gazeuse”, “pétillant” / “pétillante”, “mousseux” / “mousseuse”, “effervescent” / “effervescente”. Il est intéressant de noter qu’aucune des dénominations de vente des produits effervescents de la

catégorie “vin” de notre étude n’était correcte d’un point de vue réglementaire.

Il résulte des constatations précédentes que deux produits similaires en termes de composition peuvent comporter des dénominations de vente complètement différentes. En témoigne par exemple un produit présenté comme un “vin désalcoolisé” sur la face avant de la bouteille, mais étiqueté en tant que “boisson à base de vin désalcoolisé” sur sa face arrière. La grande diversité des dénominations de vente des “No-Low” semble ainsi constituer un frein important à la compréhension du marché par les consommateurs.

3.1.2. Cépage, label et millésime comme arguments principaux de valorisation des “No-Low”

La mention du cépage est une information figurant sur l’étiquetage de 66% des produits de la catégorie “boisson” (en particulier lorsque le TAV affiché est 0% vol.) et de 60% des produits de la catégorie “vin” (en particulier lorsque le TAV affiché est 0,5% vol.). Il a été observé la présence de 29 noms de cépages différents. Dans la majorité des cas, un seul cépage est revendiqué (68% de mono-cépage pour la catégorie “boisson”, 73% de mono-cépage pour la catégorie “vin”). Le cépage le plus cité est un cépage blanc, le Chardonnay (21 citations), suivi par deux cépages rouges, le Merlot (14 citations) et la Syrah (11 citations). Cela est cohérent avec le fait que le cépage est mentionné sur 77% des “No-Low” rouges et 66% des “No-Low” blancs, contre seulement 47% des “No-Low” rosés. La tendance à la valorisation du cépage est le symbole d’un attachement fort des “No-Low” à l’univers du vin, indépendamment du type de dénomination choisie par l’opérateur (“vin” ou “boisson”). La figure 1 montre l’ensemble des noms de cépages utilisés.

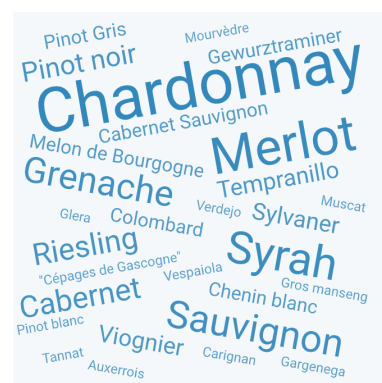


Figure 1. Nuage de mots des noms de cépages retrouvés sur les étiquettes des échantillons. La taille du nom est proportionnelle à sa fréquence de citation.

En revanche, le millésime est très rarement mis en avant, seulement 10% des échantillons étudiés comportent l’information du millésime, essentiellement des vins. Ces bouteilles sont vendues en moyenne 6€ de plus. Il en résulte qu’un nombre très faible de “No-Low” (6%) comportent à la fois millésime et cépage.

Concernant les logos, celui de l'Agriculture Biologique figure sur l'étiquette de 25% des "boissons" étudiées, contre 5% des vins "No-Low" étudiés. Le logo vegan est en revanche davantage présent (44% des échantillons étudiés).

3.1.3. De nombreuses similarités du packaging "No-Low" pouvant susciter la confusion entre catégories de produits

Les "No-Low" reprennent les codes visuels du vin, avec un packaging similaire à celui du vin sur la forme du contenant, le bouchage et le volume. En effet, les bouteilles sont en verre, de couleur blanc, vert ou feuille morte et contiennent 750 ml. Trois "boissons" présentent une centilisation atypique avec 735 ml, toutes les trois venant d'un même opérateur, un importateur suédois. La moitié des bouteilles sont de couleur verte. Les rouges sont vendus dans des bouteilles vertes, les rosés dans des bouteilles blanches et les blancs à 67% dans des bouteilles vertes. 87% des échantillons de tranquilles étudiés sont obturés avec une capsule à vis. Parmi les "boissons" tranquilles, 9 bouteilles sur 10 ont une capsule à vis. Sur 40 effervescents étudiés, seuls 2 sont obturés avec une capsule couronne, il s'agit de bouteilles de la catégorie "vins" et non de la catégorie "boissons".

S'agissant de la présentation des produits en boutique (physique ou en ligne), les vins et les boissons sont positionnés dans les mêmes rayons, parfois côte à côte. Les noms des rayons comportent majoritairement le mot "vin" (par exemple "vin désalcoolisé", "alternatives au vin"). Il est donc très difficile pour un consommateur de distinguer un produit de la catégorie "vin" d'un produit de la catégorie "boisson", hormis s'il analyse la face arrière de la bouteille, et les différentes mentions d'étiquetage. La présence de produits n'ayant jamais contenu de vin, mais élaborés par infusion ou macération, à proximité immédiate de ces "No-low", complexifient encore l'offre dans les rayons.

3.1.4. Panorama économique : des "No-Low" présents sur le marché français aux origines diverses

Les produits "No-Low" de la catégorie "vin" sont pour moitié des produits français (49%). L'autre moitié est originaire d'autres pays, avec une forte présence de metteurs en marché allemands (37%), et une présence moindre de suédois (11%) et de danois (4%). Les produits de la catégorie « boisson » sont majoritairement des produits français (87%). Le reste de la catégorie "boisson" est constitué par des opérateurs suédois (7%), allemands (1%), danois (1%), norvégiens (1%) et britanniques (1%).

Des données complémentaires relatives à l'origine peuvent figurer sur l'étiquetage des "No-Low", tout particulièrement sur ceux de la catégorie "vin" :

- 95% des produits de la catégorie "vin" et 60% des produits de la catégorie "boisson" précisent l'origine du vin. Il a ainsi été constaté que l'Espagne

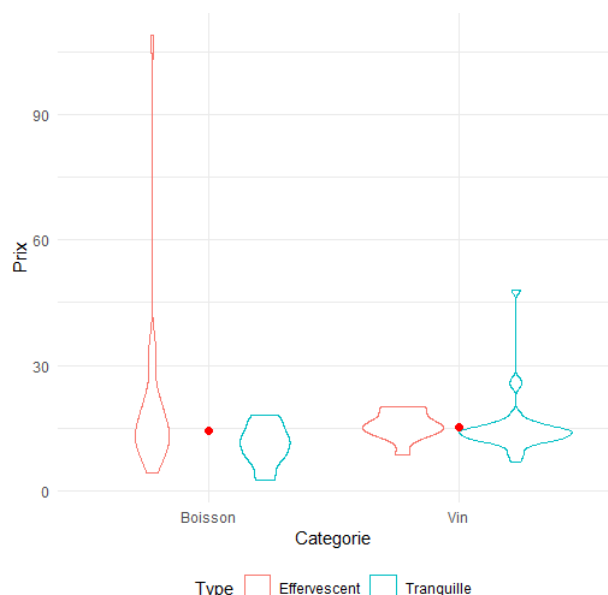
et l'Italie fournissent certains opérateurs en vin de base ;

- 58% des produits de la catégorie "vin" et 31% des produits de la catégorie "boisson" indiquent le lieu de mise en bouteille (Allemagne, France, Belgique ou Europe) ;
- 2 produits informent sur le lieu de désalcoolisation (Espagne).

Concernant le prix de vente, il s'élève en moyenne à 14,62 € la bouteille, allant de 6,95 € à 48 € pour la catégorie "vins" et de 2,44 € à 109 € pour la catégorie "boissons" (Figure 2). La bouteille la plus coûteuse est une boisson effervescente à 0% vol. vendue à 109 € chez un caviste, à base de chardonnay français biologique désalcoolisé et comportant des arômes naturels. Les échantillons à moins de 3 € sont des "boissons" tranquilles <0.5%vol. vendues en grande surface, comportant du vin désalcoolisé, du sucre et des arômes. Les "boissons" tranquilles sont vendues en moyenne à un prix de 10,54 € contre 14,89 € pour les "vins" tranquilles. Le prix de vente des effervescents s'élève en moyenne à 18,13 € contre 12,71 € pour les tranquilles.

Du fait des origines multiples parfois indiquées, les prix par pays n'ont pas été tous analysés. Il est cependant possible de constater que les prix des "No-Low" ayant au moins une origine allemande sont relativement homogènes ($\sigma=3,73\text{€}$), avec un prix de vente moyen de 15,8 €. A l'inverse, les prix des "No-Low" ayant au moins une origine française sont beaucoup plus dispersés ($\sigma=7,59\text{€}$), bien que le prix moyen reste légèrement inférieur (13€).

Figure 2. Diagramme en violon des prix de vente (€ TTC) des différentes catégories de produits tranquilles et effervescents. Le point rouge indique la moyenne de prix pour chaque catégorie.



3.2. La liste des ingrédients comme aide précieuse de distinction entre boissons et vins

3.2.1. Nombre d'ingrédients utilisés

Tableau 2. Nombre moyen, minimum et maximum d'ingrédients comptabilisés dans chaque catégorie de produit de de degré d'alcool de l'échantillonnage.

Nombre ingrédients	Boisson 0%vol	Boisson 0,5%vol	Vin 0%vol	Vin 0,5%vol
Nombre moyen	6	5	4	4
Nombre minimum	3	3	2	2
Nombre maximum	10	14	6	6

D'un point de vue du nombre d'ingrédients compté dans les listes des échantillons de chaque catégorie, le tableau 2 montre une différence dans le nombre, qui va de 3 à 14 pour la catégorie des “boissons” avec une moyenne de 5 à 6 ingrédients, et de 2 à 6 pour la catégorie des “vins” avec une moyenne de 4 ingrédients. Quel que soit le degré d'alcool (0 ou 0,5% vol.), les échantillons de la catégorie des “vins” comportent en moyenne des listes plus courtes d'ingrédients que les échantillons de la catégorie “boissons”.

3.2.2. Diversité des ingrédients utilisés en fonction des catégories de produits et du degré d'alcool

La Figure 3 montre la projection des ingrédients listés pour chaque catégorie de produit (“boisson” et “vin”) et de degré d'alcool (0% vol. et 0,5% vol.) sur les deux premières dimensions de l'AFC. Les deux premières dimensions expliquent 95% de la variance. La première dimension oppose les “boissons” à 0% vol. (gauche) des trois autres catégories (droite). Cette opposition s'explique par des ingrédients exclusivement utilisés pour les boissons tels que :

- l'eau en tant que diluant,
- le jus de raisin pour édulcorer,
- l'acide citrique pour réguler l'acidité,
- la gomme cellulosique pour la stabilisation,
- et l'infusion de levure pour l'aromatisation.

D'autres ingrédients sont utilisés majoritairement par ces “boissons” tels que les arômes naturels (qu'ils soient de raisin ou non), la gomme arabique et l'acide ascorbique. L'AFC montre également une plus grande diversité, dans les ingrédients utilisés, en nombre et en fonction, pour les “boissons” à 0% vol. que pour les autres produits. La discrimination entre les trois autres catégories se fait notamment par le type d'édulcoration : les “boissons” à 0,5% vol. ont davantage recours au sucre et au concentré de jus de raisin alors que les “vins” à 0% vol. et 0,5% vol. comportent davantage du moût de raisin et du moût concentré rectifié. De plus, les ingrédients majoritairement utilisés pour les “vins” sont moins nombreux que pour les

“boissons”, avec pour base principale le vin désalcoolisé, le moût de raisin concentré rectifié (et/ou moût de raisin), le dioxyde de carbone, le dioxyde de soufre ainsi que le sorbate de potassium.

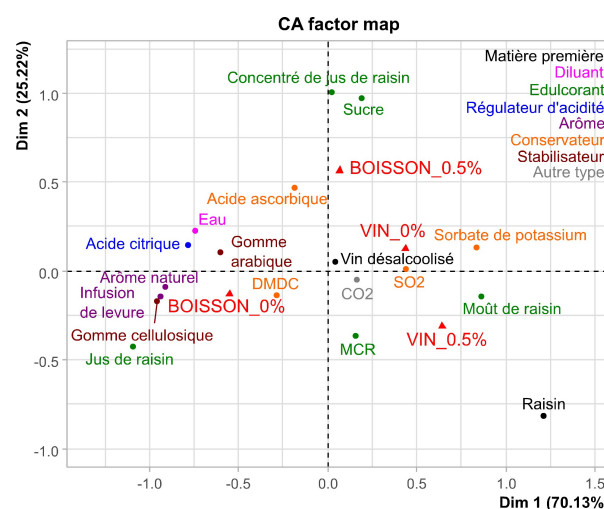


Figure 3. Analyse Factorielle des Correspondances des ingrédients utilisés dans les différentes catégories de produits en fonction du degré d'alcool. Les couleurs représentent les différents types d'ingrédients. MCR = Moût Concentré Rectifié ; DMDC = Dicarbonate de diméthyle; CO2 = Dioxyde de carbone; SO2 = Dioxyde de soufre.

Le tableau 3 complète ces premières observations en listant les ingrédients par ordre de fréquence et d'importance en fonction de leur positionnement dans la liste des ingrédients indiquée par catégorie de produit. On dénombre un total de 35 ingrédients différents dont 12 sont retrouvés autant dans les vins que dans les boissons. Côté “boisson”, 20 sont spécifiquement utilisés par les “boissons” dont 12 dans une moindre proportion alors que seulement 4 ingrédients sont spécifiques au vin dont 3 dans une moindre proportion.

Tableau 3. Liste des 18 ingrédients les plus fréquemment cités par fonction dans chaque catégorie de produit de l'échantillonnage. La fréquence d'apparition est indiquée en % et le rang moyen de positionnement de l'ingrédient dans la liste entre parenthèses.

Types ingrédients	Boisson 0%vol	Boisson 0,5% vol	Vin 0% vol	Vin 0,5% vol
Matière première				
Vin désalcoolisé	110% (1)	100% (1)	88% (1)	81% (1)
Raisin	0%	0%	4% (1)	19% (1)
Diluant				
Eau	12% (2)	9% (2)	0%	0%
Edulcorant				
Moût concentré rectifié	61% (2)	9% (3)	54% (2)	63% (2)
Moût de raisin	2% (2)	17% (2)	21% (2)	38% (2)
Concentré de jus de raisin	7% (2)	30% (2)	13% (2)	0% (2)
Jus de raisin	22% (2)	0%	0%	0%
Sucre	7% (2)	43% (2)	21% (2)	3% (2)
Régulateur d'acidité				
Acide citrique	15% (7)	9% (9)	0%	0%
Arôme				
Arôme naturel	85% (5)	26% (4)	0% (3)	0%
Infusion de levure	17% (4)	4% (2)	0%	0%
Conservateur				
Dioxyde de soufre (SO ₂)	44% (6)	74% (5)	83% (4)	91% (4)
Dicarbonate de diméthyle (DMDC)	56% (6)	26% (7)	13% (4)	25% (4)
Sorbate de potassium	0%	22% (7)	8% (4)	25% (4)
Acide ascorbique	7% (5)	9% (11)	8% (5)	0%
Stabilisateur				
Gomme arabique	46% (4)	26% (5)	8% (4)	3% (4)
Gomme cellulosique	20% (7)	4% (5)	0%	0%
Autre				
Dioxyde de carbone (CO ₂)	51% (4)	43% (3)	46% (3)	53% (3)

A cette liste principale s'ajoute d'autres ingrédients dont la fréquence d'apparition globale toute catégorie confondue est inférieure à 5% :

- boissons : arômes (arôme, infusion de bois de chêne, extrait de bois) ; régulateurs d'acidité (acide lactique, acide malique, concentré de jus de citron, jus de citron, citrate de sodium) ; agents stabilisateurs (mannoprotéines, tanins, acide métatartrique) ; épaississant (glycérol, amidon) ; colorant (E110) ; edulcorant (sirop de sucre) ;

- vins : conservateur (benzoate de sodium) ; agent clarifiant (colle de pois).

3.2.3. Déclaration nutritionnelle

La déclaration nutritionnelle est présente sur les étiquettes de l'ensemble des bouteilles étudiées. La dématérialisation de l'information est très peu pratiquée. La valeur énergétique moyenne s'élève à 18 kcal, allant de 6 kcal au minimum à 52 kcal au maximum. Sachant qu'un vin tranquille sec (≤ 4 g/L de sucre) entre 12 et 15% vol. contient 79 kcal pour 100 mL [14], la catégorie des "No-Low" s'affiche avec une valeur énergétique réduite de 77% par rapport aux vins.

La teneur en sucre moyenne des échantillons étudiés est de 3.5 g/100mL, soit 8 fois supérieure à celle d'un vin. Sur les "boissons", la plus forte teneur en sucre s'élève à 13 g/100mL et à 6 g/100mL pour les vins "No-Low". Les effervescents ont en moyenne plus de sucre (3,9 g/100mL) que les tranquilles (3,4 g/100mL). La Figure 4 montre la distribution des teneurs en sucres indiqués sur les produits par catégorie et type de produits.

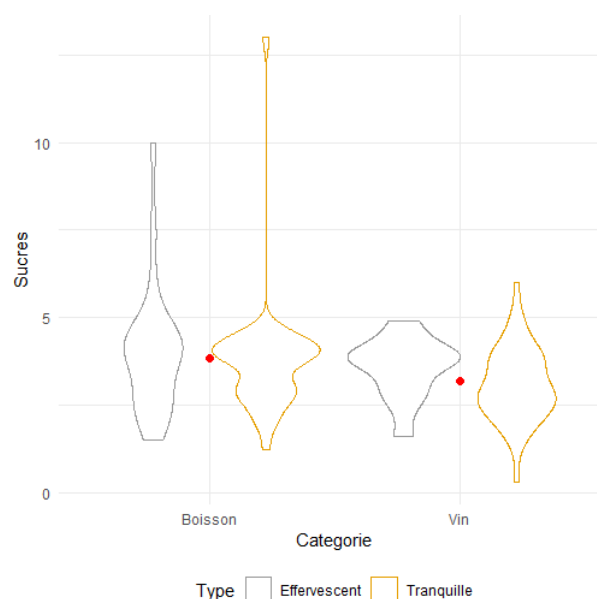


Figure 4. Diagramme en violon de la teneur en sucres (en g/100mL) des différentes catégories de produits tranquilles et effervescents. Le point rouge indique la moyenne de la teneur en sucres pour chaque catégorie.

4. Discussion et Conclusion

En préambule, il convient de rappeler que la catégorisation boisson/vin sur laquelle s'appuie notre analyse et les constats qui en découlent se basent sur les dénominations de vente, listes des ingrédients et autres informations déclarées par les opérateurs. Or, nous avons montré que les choix des opérateurs, tout particulièrement en ce qui concerne la dénomination de vente, ne sont pas toujours opérés à bon escient au regard de la réglementation. A titre d'illustration, treize produits de la catégorie "boisson" ne contiennent ni arômes, ni eau, ni sucre ajouté, et pourraient donc être étiquetés en tant que "vin désalcoolisé". A l'inverse, un produit de la catégorie

“vin” contient un conservateur interdit dans le vin et devrait donc être requalifié en “boisson”. Ces manquements peuvent être la cause d’une simple méconnaissance des règles, ou être délibérés pour se raccrocher à l’univers du vin.

Les constats effectués dans le cadre de cette étude mettent en exergue le caractère difficilement lisible et compréhensible du marché français des “No-Low” par les consommateurs. Dans certains cas même, les informations fournies aux consommateurs peuvent être de nature à l’induire en erreur sur les caractéristiques essentielles des produits. C’est par exemple le cas des boissons sans alcool obtenues à partir de procédés tels que l’infusion ou la macération (et non à partir d’une fermentation puis d’une désalcoolisation), et qui tentent abusivement de faire croire au consommateur qu’elles sont issues de l’univers vitivinicole via l’usage des codes propres au vin (couleur, cépage, type de bouteille, style d’étiquette, obturateur). La multiplicité des indications relatives à l’origine des produits figurant parfois sur les étiquetages peut également expliquer les difficultés rencontrées par le consommateur pour comprendre le marché des “No-Low” (certains produits faisant apparaître jusqu’à 3 ou 4 pays différents.) Il apparaît donc nécessaire de travailler dans le sens d’une meilleure communication d’information qui soit, d’une part, conforme aux exigences de la réglementation, et d’autre part, claire et loyale pour le consommateur, sous peine de générer un manque de confiance et d’entraver la croissance régulière du segment des “No-Low”.

Un autre frein potentiel à l’expansion du marché des “No-Low” a été identifié dans cette étude, lié à l’image “santé” que ces produits souhaitent véhiculer et que les consommateurs recherchent de plus en plus. En effet, le faible TAV ou encore l’apposition de labels “vegan” ou “agriculture biologique” peut paraître paradoxal par rapport à la présence de nombreux additifs destinés à compenser la perte d’alcool et d’arômes inhérentes à la désalcoolisation, ou la teneur en sucre parfois élevée.

Il convient également de s’interroger sur l’empreinte environnementale générée par ces nouveaux produits dans un contexte dans lequel les consommateurs semblent désireux de consommer des produits moins impactants pour l’environnement face aux enjeux du changement climatique [17, 18]. Nous pensons ici à l’emploi d’une quantité d’eau importante lorsqu’il est fait usage de certaines techniques pour désalcooliser un vin, ou encore aux émissions de carbone engendrées par des flux de marchandises entre les différents prestataires intervenant dans la fabrication des “No-Low” (la vinification, la désalcoolisation, la mise en bouteille, et la commercialisation sont parfois réalisées dans des pays différents). Il convient toutefois de rester positif car les perspectives sont nombreuses.

La première d’entre elles est la possible modification du règlement européen sur les produits vitivinicols aromatisés, qui devrait permettre la commercialisation de vins aromatisés (partiellement) désalcoolisés, de boissons aromatisées à base de vin (partiellement) désalcoolisé ou encore de cocktails aromatisés à base de vin (partiellement) désalcoolisés. Cela devrait astreindre les

opérateurs à utiliser des dénominations de vente unifiées, et permettre ainsi de distinguer plus facilement les produits de la catégorie “vin” de ceux de la catégorie “boisson”. Les travaux de l’OIV devraient également contribuer à clarifier un certain nombre de règles applicables aux produits “No-Low” et homogénéiser ainsi la composition et l’étiquetage de ceux-ci.

Il est également vraisemblable que le potentiel de croissance du segment “No-Low” va conduire les distributeurs à mieux se former pour comprendre les spécificités de ces produits, ce qui permettra d’améliorer la présentation et l’organisation des rayonnages des magasins, et *in fine* de mieux distinguer les produits élaborés exclusivement à partir de vin, les boissons qui contiennent une part importante de vin, et les autres boissons qui n’ont jamais contenu de vin. Nul doute que les boutiques en ligne feront également ce travail d’harmonisation et de meilleure catégorisation, qui pourrait utilement être complété par une mise à jour des sites internet visant à améliorer les informations disponibles, en particulier les informations d’étiquetage figurant au verso des bouteilles. Cette dynamique devrait également conduire à une meilleure éducation des consommateurs. Il restera cependant à mieux définir leurs attentes et leur typologie afin de conforter ce marché de niche, qui semble s’affirmer et prospérer [19].

En termes d’impact environnemental, les probables évolutions à venir sont également encourageantes. D’une part, on peut raisonnablement penser que des avancées techniques viendront réduire l’utilisation d’eau ou d’énergie lors du procédé de désalcoolisation. Ces avancées pourraient également contribuer à limiter le nombre d’additifs ajoutés en limitant les effets négatifs de la désalcoolisation (perte d’arômes, d’acidité, *etc.*). D’autre part, il n’est pas impossible que certains opérateurs s’équipent en unité de désalcoolisation, ce qui permettra de limiter les flux de marchandises au cours de la fabrication des “No-Low” [20]. Ce dernier élément pourrait également contribuer à rendre certains “No-Low” plus accessibles en termes de prix.

Cette étude permet également d’adresser quelques recommandations à l’attention des opérateurs du segment “No-Low”. En termes de composition et en l’état actuel de la réglementation, les vins (désalcoolisés ou non) ne peuvent être additionnés d’arômes (même naturels), d’eau exogène, ou de sucre. L’ajout d’arômes est autorisé dans les “boissons”, à condition que la dénomination de vente comporte une mention du type “aromatisé” (et bien évidemment que ces arômes figurent dans la liste des ingrédients).

En termes d’étiquetage :

- Les vins (partiellement) désalcoolisés doivent indiquer le TAV par degré ou demi-degré. L’indication du TAV sous la forme “< 0,5% vol.” n’est pas conforme, alors même qu’elle a été observée sur près la moitié des vins de l’étude. Les boissons ne doivent indiquer le TAV que s’il est supérieur à 1,2% vol.

- Les vins effervescents doivent comporter une dénomination de vente qui contient le nom de la catégorie de produit vitivinicole (du règlement n°1308/2013 [14]), accompagné de la mention “désalcoolisé” ou “partiellement désalcoolisé”. En pratique, cela correspond par exemple à “vin mousseux gazéifié désalcoolisé” ou “vin pétillant gazéifié partiellement désalcoolisé”. Ils doivent également faire apparaître la mention indiquant la teneur en sucre, par exemple “sec” ou “demi-sec”. Enfin, lorsque du dioxyde de carbone a été utilisé pour la gazéification, cet ingrédient doit être indiqué dans la liste des ingrédients, et la mention “obtenu par adjonction de dioxyde de carbone” doit figurer sur l’étiquetage (article 48 du règlement 2019/33).
- La dématérialisation de la liste des ingrédients et de la déclaration nutritionnelle n’est à ce jour autorisée que pour les produits de la catégorie “vin”, pas pour les “boissons”. La déclaration nutritionnelle, et précisément la teneur en glucides, devrait être revue par de nombreux opérateurs car elle ne semble pas prendre en compte la teneur en glycérol présente naturellement dans le vin.

Des actions pédagogiques, associées à un renforcement des contrôles sur l’étiquetage et la présentation de ces produits (qui relèvent en premier lieu en France des attributions de la DGCCRF) devraient permettre de garantir une protection accrue des consommateurs ainsi que d’assurer une concurrence loyale et équitable entre les opérateurs de ce nouveau marché en France.

5. Références

1. C. Bioteau (2022). Zoom sur la tendance « Vins désalcoolisés ». *Revue Française d’œnologie*, 309, 52-59
2. E. Rémi (2024). Vins désalcoolisés : tout ça pour ça. *Le Point*, 2718, 116-117.
3. C.L. Shaw, R. Dolan, A. M. Corsi, S. Goodman, W. Pearson(2023). *Food Quality and Preference*, 110, 104932. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2023.104932>
4. A. Annunziata, E. Pomarici, R. Vecchio, A. Mariani.(2016). *Nutrients*, 8, 416. Do Consumers Want More Nutritional and Health Information on Wine Labels? Insights from the EU and USA. <https://doi.org/10.3390/nu8070416>
5. Enquête sur la consommation de vin en France en 2022, Ipsos Observer pour CNIV et France Agrimer (2023). 9 pages. https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/72649/document/SYN_EnquetQuinVin_9eEdition_M12A2023%20%282%29.pdf?version=3
6. Baromètre SOWINE/DYNATA (2024). Décryptage des tendances de consommation dans l’univers des vins et spiritueux en 2024. <https://www.sowine.com/barometre/barometre-2024>
7. C. Bourigault (2024). Le salon Degré Zéro fait le plein pour sa première édition. Rayon Boissons <https://www.rayon-boissons.com/bieres-et-cidres/le-salon-degre-zero-fait-le-plein-pour-sa-premiere-edition>
8. Institut Français de la Vigne et du Vin (2024). Plan d’action de la filière viticole face au changement climatique. Les avancées. 16 pages. <https://www.vignevin.com/wp-content/uploads/2024/02/Changement-Climatique-2802.pdf>
9. Institut Français de la Vigne et du Vin (2024). Les vins désalcoolisés : un monde à explorer. <https://www.vignevin.com/article/les-vins-desalcoolises-un-monde-a-explorer/>
10. Résolution OIV-OENO 394B-2012 sur les pratiques œnologiques de correction de la teneur en alcool des vins.
11. Résolution OIV-ECO 523-2016 sur la définition de vins à teneur en alcool modifiée par la désalcoolisation.
12. Résolution OIV-ECO 433-2012 sur la définition de boisson obtenue par désalcoolisation partielle du vin.
13. Résolution OIV-ECO 432-2012 sur la définition de boisson obtenue par désalcoolisation du vin.
14. Règlement n° 1308/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 portant organisation commune des marchés des produits agricoles et abrogeant les règlements (CEE) n° 922/72, (CEE) n° 234/79, (CE) n° 1037/2001 et (CE) n° 1234/2007 du Conseil.
15. Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l’information des consommateurs sur les denrées alimentaires.
16. Liste des ingrédients et déclaration nutritionnelle des vins : Comment appliquer la nouvelle réglementation. https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/documentation/publications/depliants/guide-liste-ingrédients-nutritionnelle-des-vins.pdf?v=1718797932
17. E. Adoir, H. Luzi (2024). Évaluation environnementale de pratiques vitivinicoles innovantes. 45^{ème} congrès de l’OIV.
18. M. Margallo et al. (2015). Life cycle assessment of technologies for partial dealcoholization of wines. *Sustainable Production and Consumption*, 2, 29-39.
19. Wine World Magazine 1-2 (2024). Zero or Low alcohol. Close, but not the same.

<https://corrierevinicolo.unioneitalianavini.it/corriere-vinicolo/?id=c8XW2B6byUKVgrc74ZJvLA%3D%3D>

20. Chloé Queffelec (2024). Le vin sans alcool prend son envol. Rayon Boissons. <https://www.rayon-boissons.com/vins-et-champagnes/le-vin-sans-alcool-prend-son-envol>