



ÉCONOMIE

Les vins parient sur la légèreté

Pour répondre à une demande des consommateurs en quête de boissons moins « fortes », certaines marques allègent la teneur en alcool. Simple mode ou phénomène durable ?

DAVID CHARPENTIER

« **ALORS**, vous le trouvez comment ? » Fabien Marchand-Cassagne, cofondateur de Moderato, est impatient de connaître notre verdict. Léger, fruité, ce rosé bio nécessite un palais développé pour identifier qu'il ne titre qu'à 5 degrés d'alcool (à consommer avec modération). Même constat, même verdict avec le vin blanc bio élaboré par cette jeune startup française qui vient de se lancer sur le créneau du vin faiblement alcoolisé.

Au salon Wine Paris, grand rendez-vous international consacré au vin, fin février, la présence de Moderato ne détonne pas dans le paysage. Le stand attire la curiosité, même si certains puristes s'en détournent. « Les modes de consommation changent. Il y a une volonté clairement affichée par le consommateur de garder le plaisir du vin. Mais ce dernier doit avoir moins d'impact sur lui et l'environnement », résume Fabien Marchand-Cassagne.

Bienvenue dans le monde du « no-low », contraction anglo-saxonne de « no alcohol - low alcohol », des vins non alcoolisés ou faiblement. L'institut britannique IWSR, référence en matière de statistiques sur les boissons et spiritueux, a consacré en début d'année une étude mondiale à ce segment. « En 2021, il est en croissance de plus de 6 % en

volume sur 10 marchés clés dans le monde », relèvent les auteurs. En France, l'augmentation est plus timide et a même marqué le pas en 2020, année de confinement il est vrai. Pourtant l'institut prévoit, pour la période 2021-2025, une poussée de 7,5 % des vins faiblement dosés en alcool dans l'Hexagone.

La concurrence de la bière

Cela fait plusieurs années que le monde viticole se pose des questions et voit l'âge moyen de ses amateurs sans cesse repoussé. Aujourd'hui, 77 % des buveurs de vin sont des quinquagénaires. Le phénomène « no-low » n'a fait qu'accélérer la prise de conscience. Toutes les études le démontrent : la consommation de vin baisse dans le monde, même s'il reste la boisson alcoolisée la plus prise en France.

Un premier coupable a été identifié : la bière. « Elle prend de plus en plus de place et devance le vin pour l'apéritif chez les moins de 50 ans », souligne Thalia Caffa, cheffe de groupe chez Castel Frères, l'entreprise qui avait parié il y a déjà dix ans sur le rosé pamplemousse.

Sous sa houlette, le numéro un du vin en France, qui écoule 500 millions de bouteilles au total à travers la planète, lance début mai dans les rayons son VeRy Zest. Un vin aromatisé légèrement

pétillant (goût citron pour le blanc ou pamplemousse pour le rosé) à boire à la bouteille avec seulement 6,5 % du volume en alcool dont il espère beaucoup. « Il est important qu'on sache se renouveler, avertit Thalia Caffa, sinon les clients iront vers la bière. VeRy Zest, c'est une manière de répondre à leurs attentes tout en décomplexant le consommateur par rapport à une boisson qui se décapsule, se boit à la bouteille, apporte du fruité et de la fraîcheur comme... une bière. »

La concentration d'alcool « fait fuir » certains consommateurs

Changement de décor mais la stratégie reste la même. Nous sommes au pied des Pyrénées, à l'Union de Plaimont, dans le département du Gers, au milieu de l'IGP côtes-de-gascogne. « Le vin a perdu beaucoup de terrain », concède Olivier Bourdet-Pees. Le directeur général de l'Union des vigneron Plaimont y voit le résultat d'une « course folle à la concentration » en alcool sous l'effet du réchauffement climatique – plus les raisins sont sucrés sous l'effet du soleil, plus le degré d'alcool est élevé – et d'une mode pour les breuvages matures, charpentés « riches coûte que coûte ».

« Un vin peut désormais titrer à 14 ou 15 degrés, poursuit-il. En termes de buvabilité et d'effet sur l'organisme, il n'y a pas de doute, on a perdu un

certain nombre de consommateurs en route. Ces vins-là les font même fuir. » Le représentant des vigneron de Plaimont avait l'impression de faire fausse route : « En dégustation ou en concours, on peut discuter de l'intérêt de tels vins, mais si on recherche un produit plaisant qui étanche la soif sans assommer ou vous tomber dans les chaussettes, on se trompe. »

Plutôt que d'abaisser le degré d'alcool une fois la récolte effectuée, avec des procédés comme l'osmose inverse (qui fonctionne comme une centrifugeuse) ou un filtrage à travers des membranes, Olivier Bourdet-Pees s'est plongé dans l'histoire du terroir. Avec ses collègues, ils ont remis au goût du jour et planté sur une centaine d'hectares un cépage autochtone délaissé, le colombard qui offre une cuvée baptisée Elia, fraîche et digeste, avec un taux d'alcool raisonnable (9 %). « On a tout bon », se félicite-t-il, bien décidé à la décliner sous différents contenants, dont la canette. Dans la même région, le domaine bien connu de Tariquet a, lui, aussi élaboré la cuvée Imprévu, à base cette fois de riesling et d'ugni blanc (9,5 %). « Si on veut que le vin reste sur les tables, il faut qu'on s'adapte aux nouvelles habitudes de consommation », plaide Olivier Bourdet-Pees. « Notre ambition est de proposer un vin pour les gens qui aiment le vin », conclut de son côté Fabien Marchand-Cassagne de Moderato.

