

Baromètre moderato du vin sans alcool – 3ème édition

LE VIN SANS ALCOOL S'IMPOSE DURABLEMENT DANS LES HABITUDES DES FRANÇAIS.

Pour la troisième année consécutive, moderato dévoile son baromètre annuel du vin sans alcool*, réalisé avec le cabinet indépendant SEEDS. Cette vaste étude confirme une dynamique très solide : le vin sans alcool franchit un nouveau cap, entre généralisation des usages, amélioration de l'image de la catégorie et montée en puissance de la recherche d'alternatives qualitatives à l'alcool.

“

« Avec cette troisième édition, nous voyons très nettement que le vin sans alcool n'est plus un simple substitut : il devient un choix assumé, porté par la recherche de plaisir, de qualité et de mieux-être. Les consommateurs sont prêts, attentifs et exigeants. À nous, producteurs, de répondre à ce niveau d'attente avec des vins désalcoolisés qui respectent l'univers du vin et ses codes de qualité. »

Sébastien Thomas et Fabien Marchand-Cassagne, co-fondateurs de moderato.

LE VIN SANS ALCOOL, UN MARCHÉ QUI CONTINUE À PROGRESSER RAPIDEMENT DANS UN CONTEXTE DE DÉCONSUMATION DU VIN

Un Français** sur 2 déclare avoir un intérêt personnel pour le vin sans alcool, un score stable depuis 3 ans, ce qui constitue un **socle solide pour une catégorie qui se développe rapidement**.



Le vin sans alcool confirme ainsi sa montée en puissance, en parallèle de la dynamique observée sur d'autres catégories (bière, spiritueux sans alcool...). Cette dynamique positive s'appuie sur une « normalisation » de la perception du vin sans alcool. **Les Français ont une connaissance des méthodes de production des vins sans alcool en progression constante.** 38% des Français savent qu'un vin sans alcool est un vin dont on a retiré l'alcool (+4pts en un an).

En parallèle, **les a priori continuent à reculer**. A titre d'exemple, seul 1/4 des Français (26%) considèrent que les bons vins n'existent pas en version sans alcool, **en recul de 3pts en 3 ans**.

La catégorie trouve également davantage sa place dans le quotidien avec des occasions de consommation bien identifiées. L'apéritif et le dîner arrivent en tête des occasions citées, respectivement par 51% et 47% des personnes ayant un intérêt personnel pour le vin sans alcool.



Dans la droite ligne des tendances de marché, **moderato** affiche également une belle dynamique avec un **nombre de bouteilles vendues qui a progressé de 41% en 2025**.

De plus en plus de consommateurs... de plus en plus satisfaits !

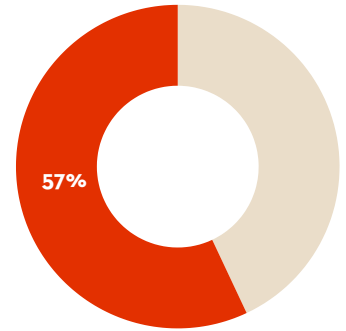
Alors que les facteurs de rejet se tassent (- 2pts), la catégorie est de mieux en mieux connue, et appréciée.



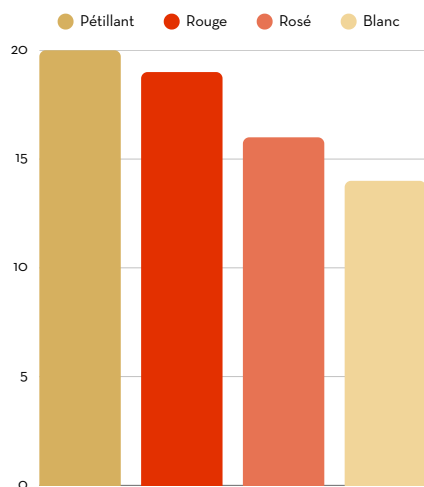
Environ 1 Français sur 5 (19%)

se déclare consommateur de vin sans alcool.

Parmi eux, les adultes (35-49 ans) sont **57% à se dire intéressés par la consommation de vins sans alcool, et 55% chez les millenials. Au-delà de 50 ans, 1 Français sur 2 (51%) se dit intéressé par les vins sans alcool.**



Adultes (35-49 ans) intéressés
par le vin sans alcool (2025)



Croissance du taux de pénétration du
vin sans alcool (2025)

Toutes les couleurs de vins sans alcool voient leur taux de pénétration progresser parmi les personnes intéressées par le sans alcool. Le vin pétillant arrive en tête avec 20%, suivi de près par le rouge à 19% (+6pts), puis le rosé à 16% (+5pts) et enfin le blanc à 14% (+5pts).

La qualité grandissante de l'offre de vins sans alcool transparaît dans les taux de satisfaction exprimée. Le pétillant est apprécié par 77% des consommateurs de vins sans alcool (+11pts en 3 ans). Le rosé est lui apprécié par 74% des consommateurs (+17pts en 3 ans).



A PROPOS DE MODERATO

moderato est né d'une rencontre en septembre 2020 entre Fabien Marchand-Cassagne, entrepreneur spécialisé dans les nouvelles boissons engagées (jus innocent) et Sébastien Thomas, issu d'une famille de viticulteurs et distillateurs de Cognac. Depuis sa création, moderato, accompagné de ses partenaires vignerons et oenologues, s'est donnée comme mission de proposer une offre de qualité sans alcool qui s'adresse à tous les amoureux du vin.



www.le-moderato.com