

# JOYART<sup>®</sup>

FRANCE

## La nouvelle marque française qui réinvente le plaisir sans alcool



Dans un contexte de baisse durable de la consommation d'alcool et alors que le Dry January s'impose désormais comme un rendez-vous annuel bien installé dans le paysage médiatique et sociétal, Les Jardins de l'Orbrie lancent JOYART, une nouvelle marque française de boissons sans alcool. La marque fait le choix d'une approche encore peu répandue sur le marché : des créations conçues dès l'origine sans fermentation alcoolique, là où la majorité des alternatives reposent sur la désalcoolisation. Ces créations (houblonnées et pétillants) s'adressent à une génération de consommateurs en quête de plaisir, de transparence et d'alternatives crédibles à l'alcool, capables de s'inscrire durablement dans leurs moments de convivialité.

### Un marché en pleine mutation, porté par de nouveaux usages

Si le Dry January agit chaque début d'année comme un révélateur, la déconsommation d'alcool s'inscrit aujourd'hui dans une tendance de fond. En France, le marché des boissons sans alcool connaît une croissance annuelle de 10 à 20 %, et près d'un tiers des Français (32 %) déclarent en avoir déjà consommé. Une dynamique portée par l'évolution des modes de vie, mais aussi par une transformation profonde des attentes des consommateurs.

Les 25 - 40 ans, en particulier, repensent leur rapport à l'alcool. Plus attentifs à leur santé, à leur bien-être et à la maîtrise de leur consommation, ils ne souhaitent plus pour autant renoncer au plaisir de boire et de partager. Selon les études de marché, les principales motivations d'achat des boissons sans alcool sont aujourd'hui multiples : 52 % pour consommer moins d'alcool, 41 % pour des raisons de santé, mais aussi 41 % pour le goût.

Les moments de consommation évoluent également. Le sans alcool ne se limite plus à un usage occasionnel. Les consommateurs recherchent des alternatives pouvant s'inscrire durablement à leurs moments de convivialité : apéritifs, repas, soirées entre amis. Autant de situations qui imposent aux marques une exigence nouvelle : proposer des boissons capables de s'intégrer naturellement à ces instants de convivialité, sans être perçues comme des produits de substitution ou comme de simples softs.

## JOYART, une nouvelle vision du sans alcool

C'est dans ce contexte que JOYART est née. Imaginée par Les Jardins de l'Orbrie, expert français du sans alcool depuis plus de 20 ans, la marque revendique une nouvelle approche : réinventer l'art de vivre à la française, sans ivresse et sans compromis sur le goût.

JOYART s'inscrit dans une convivialité décomplexée, loin des codes de la célébration formelle ou du prestige. La marque défend une vision où ne pas boire d'alcool n'est ni une contrainte ni un renoncement, mais un choix positif, libre et pleinement assumé.

Être JOYART, c'est être heureux sans l'ivresse.



### Le choix qui fait la différence : des recettes pensées sans fermentation alcoolique

Sur un marché où coexistent différentes approches du sans alcool, JOYART a fait un choix structurant : celui de recettes pensées dès l'origine sans fermentation alcoolique. Houblonnées comme pétillants sont élaborées sans jamais produire d'alcool, évitant ainsi toute étape de désalcoolisation.

Cette approche garantit un 0 % réel, sans résidus, et permet de préserver l'intégrité aromatique des ingrédients. Élaborées sans arômes ajoutés ni conservateurs, les recettes JOYART s'inscrivent dans une démarche sans artifice, offrant une plus grande transparence pour le consommateur, tout en ouvrant la voie à des boissons accessibles à tous les publics, notamment certifiées halal et, pour les houblonnées, sans gluten.

Un parti pris technique exigeant, guidé par la volonté de proposer des boissons non pas "corrigées", mais construites dès l'origine pour le sans alcool, avec un véritable travail de complexité et d'équilibre gustatif.

“ Avec JOYART, nous avons voulu explorer une autre manière de créer des boissons sans alcool, en plaçant la naturalité et le goût au cœur de chaque recette. Sans colorants, sans conservateurs, sans arômes ajoutés, nos créations sont pensées pour être les plus sincères possibles, sans artifice. Notre ambition est simple : proposer des boissons accessibles, gourmandes et modernes, capables d'accompagner tous les moments de convivialité, sans alcool, avec plaisir et liberté, explique Alain Péridy, Président Les Jardins de l'Orbrie ”



## Deux gammes pour accompagner tous les moments de convivialité

### Les Houblonnées 0 %

Pensées comme une alternative à la bière, les houblonnées JOYART s'adressent aussi bien aux amateurs de bière qu'aux consommateurs de bières sans alcool, en quête de nouvelles expériences gustatives. Élaborées à partir d'infusions de houblons français, sans malt et sans fermentation alcoolique. Très aromatiques, elles offrent une fraîcheur marquée et une vraie complexité en bouche.

- **La Blanche 0 %** : florale et vive, aux notes d'agrumes
- **La Rouge 0 %** : fruitée et équilibrée, avec des notes de framboise
- **La Ginger 0 %** : audacieuse et rafraîchissante, portée par le gingembre et l'amertume du houblon



### Les Pétillants 0 %

Inspirés des cépages français, les pétillants JOYART constituent une alternative élégante aux effervescents traditionnels. Élaborés à partir de moûts de raisin et d'infusions naturelles, ils sont sans fermentation alcoolique.

- **Le Blanc 0 %** : issu de Sauvignon, aux notes de fruits blancs et de fleurs de sureau
- **Le Rosé 0 %** : à base de Cabernet Franc, plus fruité et consensuel

### À propos des Jardins de l'Orbrie

Créée en 2001, Les Jardins de l'Orbrie est un spécialiste français de la boisson sans alcool, avec plus de 20 ans d'expertise. La société développe et embouteille ses propres marques, comme SO JENNIE, COEUR DE POM', DUHOMARD ou encore JOYART, ainsi que des produits pour des tiers, alliant savoir-faire technique et innovation gustative. Engagée dans une démarche durable et responsable, elle a été labellisée PME+, reconnaissant son engagement concret en faveur de la RSE et du développement durable.

**Contacts presse :**