



Communiqué de presse – Avril 2020

Dossier thématique : le secteur des boissons



Gourmet Selection est LE salon de référence des produits d'épicerie fine et de leurs distributeurs.

En 10 ans d'existence, ses équipes expertes ont pu observer les mutations des différents marchés sectoriels, le changement des habitudes de consommation, mais aussi les innovations produits qui ont marqué les tendances. Les boissons, avec ou sans alcool, font partie des marchés les plus dynamiques et fortement marqués par les évolutions comportementales et la créativité des producteurs.

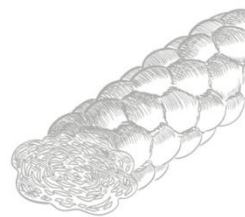
Force est de constater que les français sont fortement préoccupés par les **problématiques environnementales et nutritionnelles** influencés par l'apparition d'outils facilitant la compréhension (Yuka, Nutriscore, Open Food Facts, etc) et les différentes campagnes de sensibilisation. Ces **nouvelles habitudes de consommation** ont un véritable impact sur le secteur des boissons avec ou sans alcool. Recettes moins sucrées, augmentation des certifications (BIO, HVE, etc), intérêt pour les produits détox ou issus de productions artisanales et traditionnelles... **le secteur des boissons a subi une véritable mue ces dernières années.**


L'évolution des boissons sans alcool

Le marché des boissons rafraichissantes non alcoolisées représentait en France **5,3 milliards d'euros en 2018** répartis entre 2,09 milliards d'euros pour les boissons gazeuses et 3,18 milliards d'euros pour les boissons non-gazeuses.



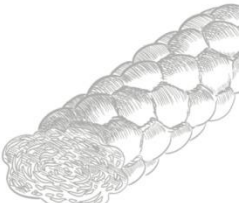


Sur ce marché, **les eaux embouteillées** maintiennent une croissance positive (+1,6 %) malgré un volume des ventes en baisse pour la première fois depuis 3 ans en 2019. Cette diminution s'explique par la **prise de conscience environnementale** des consommateurs et leur volonté de réduire **leurs déchets plastiques**. La gourde, a fait son grand retour en force pour devenir un indispensable en déplacement comme au bureau, tout comme les carafes filtrantes à domicile.

La consommation de jus de fruits ambiants continue de baisser en volume et en valeur et les ventes de soft drinks sont également en retrait, excepté pour les thés glacés et les boissons énergisantes. **Le thé est la boisson détox préférée des français** en raison de son faible taux de sucre et de sa naturalité avec une évolution du chiffre d'affaires à 355,2 millions d'euros (+18,5 %). **Les boissons détox** connaissent également un franc succès avec 59 % des français qui déclarent en consommer, **les femmes et les millenials** en tête de liste.






De nombreuses alternatives viennent peu à peu remplacer les sodas et autres boissons de grande consommation sur les étals et dans les placards des consommateurs :

- 
- 
- **Les boissons fermentées et ancestrales** comme le kefir de lait ou de fruit, le kombucha, l'hydromel sont plébiscitées pour leurs bienfaits et répondent au désir de naturalité. Produites à partir de ferments et riches en probiotiques, elles permettent le renouvellement de la flore intestinale tout en boostant le système immunitaire.
 - **Les boissons aux épices en shots vitaminés** mais aussi des boissons chaudes aux effets anti-inflammatoires. Produites à base de gingembre, de citron, de curcuma ou de piment, elles promettent de véritables bienfaits pour la santé (détox, énergie, récupération).
 - **Les boissons végétales originaires d'Asie** à base de soja, de noix de coco, de fruits à coque de céréales anciennes ou récentes, de graines et super-graines représentent des alternatives au lait de vache de plus en plus recherchées par les consommateurs. L'allergie au lait de vache, l'intolérance au lactose, le respect du bien-être animal et la recherche d'aliments plus naturels sont autant de critères qui jouent en leur faveur.
 - **Les smart-food**, repas nutritionnellement complets sous forme de boisson suscitent également l'intérêt des jeunes actifs, des étudiants et des sportifs.
 - **Les vins, bières et spiritueux sans alcool** font leur grande percée sur le marché. Avec la tendance du "dry january" et les préoccupations sanitaires et nutritionnelles des jeunes générations, ces boissons représentent de bonnes alternatives aux sodas et jus de fruits industriels, trop sucrés, lors des moments apéritifs. Plus travaillées et sophistiquées qu'il y a encore quelques années, elles séduisent une cible qui apprécie majoritairement les boissons alcoolisées mais qui souhaite réduire sa consommation, en conservant les rituels de dégustation et les façons de consommer (mocktails, verrerie, etc). Le nombre de consommateurs de bières sans alcool a presque doublé en deux ans avec une demande majoritairement féminine.
- 
- 
- 

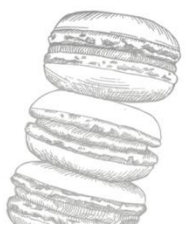



Les boissons alcoolisées : entre tradition et innovation




Les boissons alcoolisées ont toujours le vent en poupe. En 2018, l'apéritif a été présent dans 7% des repas en France. 1 français sur 3 prend l'apéritif chaque semaine : ce sont 39 millions d'occasions de consommation par semaine, soit 2 milliards d'actes par an. Ce marché affiche une dynamique très positive le chiffre d'affaire de l'apéritif "liquide" s'élevant à 13,6 milliards d'euros.

Si le succès est toujours au rendez-vous, ce marché a tout de même subi des évolutions du fait des **nouvelles habitudes de consommation** jusqu'à créer de nouvelles tendances.






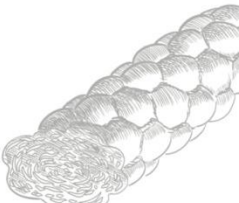
- **Le cidre revient en force**




Boissons longtemps réservées aux crêperies, le cidre se modernise pour séduire des adresses plus tendances et branchées. D'abord apprécié dans les pubs outre-manche comme une alternative à la bière, le cidre retrouve ses lettres de noblesse en France grâce à de jeunes entreprises qui décident de le dépoussiérer, comme les désormais célèbres Appie, Sassy ou encore Fils de Pomme. La boisson fait ainsi son grand retour au sein des épiceries fines et restaurateurs (des brasseries aux étoilés). Légère et désaltérante, elle offre une large palette de profils aromatiques et attire ainsi l'intérêt des gastronomes. En outre, le cidre bénéficie de cette étiquette de produit du terroir, souvent issu de production artisanale, traditionnelle et d'une certaine naturalité car issu de la fermentation de Pomme. Ce retour aux sources répond directement à l'intérêt grandissant des français pour le "Bien Manger".





- **Le vin se veut plus nature**




Selon l'OIV, la France s'est classée en 2018 comme le premier exportateur mondial de vin en valeur avec 9,3 milliards d'euros exportés, l'export représentant 30 % de la commercialisation des vins français. Les marchés cœur de cible restent les Etats-Unis, suivis du Royaume-Uni, de l'Allemagne et de la Chine. Bien que toujours autant apprécié en France, le vin n'échappe pas à cette recherche constante de naturalité. Force est de constater l'augmentation des certifications, labels et autres signes distinctifs de bonnes pratiques :



- **les vins issus de l'agriculture biologique**, dont les ventes devraient doubler d'ici 2022
 - **les vins certifiés HVE** (Haute Valeur Environnementale) c'est à dire dont l'exploitation viticole dans son ensemble répond au respect de bonnes pratiques environnementales (4 532 exploitations au 1er janvier 2020 avec un objectif de 50% des exploitations viticoles d'ici 2025)
 - **les vins sans sulfites ajoutés**
 - **les vins naturels ou issus de la biodynamie**
 - **les vins vegan** pour lesquels une colle végétale est utilisée en remplacement de la colle habituellement utilisée et pouvant être composée de blanc d'œuf, de poisson ou de caséine (particule contenue dans le lait)
 - **les vins faiblement alcoolisés**
- 



Ces signes distinctifs ont pour objectif d'apporter plus de clarté au consommateur qui est lui-même en demande de produits plus sains et naturels pour sa santé et son bien-être, et plus respectueux de l'environnement. Enfin, il est intéressant de noter un intérêt grandissant des français, plus curieux et ouverts à la découverte, pour les vins étrangers et dits "du Nouveau Monde" (Australie, Nouvelle-Zélande, Afrique du Sud, Amérique Latine, etc).



- Les spiritueux inspirent et montent en gamme

Dans la catégorie des boissons alcoolisées, les spiritueux ont l'avantage de proposer de nombreuses **perspectives de création et d'innovation**. L'inventivité des producteurs, tout comme des mixologues permet au marché français de se redessiner tout en affichant une consommation stable de **2,2 litres par an et par personne**. Les spiritueux représentent plus de 9 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France dont **près de la moitié est générée par l'exportation**, portée par le cognac qui séduit les Etats-Unis et la Chine, mais aussi plus récemment la vodka.

Force est de constater un **véritable engouement pour la mixologie** : 1 français sur 2 déclare consommer des cocktails alcoolisés et 3 consommateurs sur 4 déclarent réaliser leurs créations à domicile. Ces chiffres soulignent une tendance durable du cocktail qui dépasse les frontières des établissements spécialisés pour investir les foyers d'amateurs.


Le rhum et le gin, stars des cocktails connaissent ainsi un véritable essor. Selon une étude IWSR, ces spiritueux pourraient connaître un taux de croissance annuel de plus de 5 % d'ici à 2022. Le secteur du gin est de plus en plus inventif avec une tendance sur le "rosé" et des notes travaillées et parfumées. Dans cette lignée, le reste des spiritueux et liqueurs de façon générale affiche également de belles perspectives de développement. Le **whisky quant à lui reste le spiritueux le plus consommé en France** (40 %), loin devant les anisés (20%). **La tequila et le mezcal** représentent des segments de produits en devenir : avec un pied dans l'imaginaire de la culture mexicaine et l'autre dans le vieillissement, ces spiritueux bénéficient d'une véritable liberté de création.

Enfin, ce secteur n'échappe pas à la tendance de la premiumisation. Toujours selon les prévisions de l'IWSR, les gammes premiums tendent à se développer pour atteindre un taux de croissance estimé à 1,7 % à horizon 2022. Les spiritueux très haut-de-gamme quant à eux, devraient connaître un taux de croissance annuel de 5 % d'ici 2025 ! Ce phénomène s'explique notamment par l'émergence des **"spiritueux craft"** qui répondent aux demandes des consommateurs : dimension locale, origine et traçabilité des ingrédients, qualité du produit, production artisanale, etc.

- La bière artisanale en effervescence

Toujours dans la lignée des nouvelles préférences de consommation, la bière artisanale est un secteur en pleine expansion avec une progression de 6 % par an depuis près de 6 ans. Elle représente 3 % du marché français, un chiffre qui devrait doubler d'ici un an, pendant que celui de la bière industrielle stagne.

En 2018, le flot de nouvelles microbrasseries n'a jamais été aussi fort : de 1100 à 1600 en un an. En 2017, le rythme de création était d'une tous les deux jours.



L'innovation est au cœur du processus de création et les brasseries artisanales ne cessent de rivaliser d'imagination. La blonde légère de soif, bien que toujours appréciée, laisse la place à d'autres créations plus goutues : directement liée à l'émergence des micro-brasseries, l'Indian Pale Ale (IPA) a connu un fort engouement ces dernières années pour s'installer durablement dans les gammes. Son avenir prometteur laisse entrevoir un bon potentiel d'évolution avec des sous-catégories : New England IPA (NEIPA), Double IPA (DIPA), au profil aromatique encore plus fruité. En plus de l'IPA, les ambrées, rousses et brunes de caractère comme les stouts irlandaises (milky stouts), retravaillées, séduisent le grand public à la recherche de nouvelles saveurs.

Enfin, la frontière entre la bière et les alcools plus forts est par exemple de plus en plus fine : créations infusées au whisky, brassage au porto, bières vieilles en futs de chêne. La bière trouve sa place dans les cocktails et de nouveaux types de brassage toujours plus innovants.

Zoom sur les tendances boisson à retrouver au salon Gourmet Selection

ELIXIA

Créée en 1856 par Faustin Girardet, cette limonaderie a su maintenir tout au long de son histoire tradition et qualité. En 2000, la 6ème génération reprend l'activité et y apporte quelques nouveautés : une nouvelle image de marque, et la création de limonades aromatisées tout en préservant l'extraordinaire héritage de la maison. Elixia propose aujourd'hui une gamme de 6 références : limonade classique, limonade bio, limonade au chocolat, limonade aux feuilles d'or, limonade au cola et enfin les fameux Fairmin disponibles en rouge et blanc. Né de la rencontre de la limonade et du vin, Fairmin marque le retour d'une boisson populaire d'autrefois : le Blanc et le Rouge Limés. Une recette rafraîchissante et très faiblement alcoolisée mêlant authenticité et modernité !



BACANHA

Fondé en 2013, Bacanha est un label spécialisé dans la création et fabrication de sirops bios d'excellence en région parisienne. La maison s'engage à travers une vision écologique permettant notamment de réduire l'impact des boissons en bouteille à usage unique. La gamme Brut par Bacanha offre une collection de sirops et liqueurs composés à partir de matières premières nobles rigoureusement sélectionnées (sucre pure canne bio, concentrés de fruits et arômes naturels.). Idéales pour agrémenter cocktail, mocktails, et lattés, les créations Bacanha promettent une puissance aromatique sans égal et des saveurs incontournables comme originales, fruitées, florales, herbacées ou gourmandes (grenadine, concombre, cookie, fraise, basilic, cacahuète, rose, pistache, etc).



GIMBER – Elu Best of 2019 Gourmet Selection (boissons non alcoolisées)

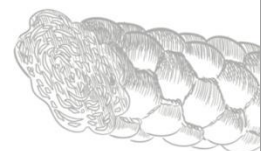
Gimber est l'alternative biologique à toute boisson alcoolisée. Ce concentré regorge du meilleur gingembre bio péruvien, de citrons, d'herbes, d'épices et de merveilles. En véritable shot bienfaisant, Gimber est gorgé de gingembre qui contient du gingérol, connu pour ses propriétés anti-inflammatoires et antibactériennes. Il favorise la digestion, abaisse le niveau de cholestérol et bien plus encore. 100% biologique et réalisé avec une sélection fine d'ingrédients, sans conservateur ou autre exhausteur de goût. Gimber offre une expérience unique en bouche et remplace aisément toute boisson alcoolisée grâce à sa nature aromatisée et son mordant épicé en finale. Les possibilités de dégustation sont multiples : nature en shot, allongé avec un peu d'eau fraîche, en cocktail, mocktail ou boisson chaude, intégré à des recettes sucrées comme salées.



CHATEAU CALISSANNE

En 2001, Philippe Kessler acquiert « Château Calissanne » et décide de restructurer le domaine, tant le vignoble que les oliviers et d'agrandir et de moderniser la cave de vinification et les chais de vieillissement afin d'améliorer la qualité des vins. Un travail méticuleux et une attention particulière sont apportés sur ce territoire. Aujourd'hui, son épouse Sophie Kessler-Matière et son fils Thomas poursuivent le travail entrepris et continuent la mise en valeur des deux vignobles, le Château Calissanne en A.O.P Coteaux d'Aix-en-Provence avec les fameux Clos Victoire et Rocher Rouge ; et le Domaine de la Clef de Saint-Thomas en A.O.C. Châteauneuf-du-Pape avec ses deux cuvées, La Clef de St Thomas et Pierre Troupel. Attachés à leur terroir, ils sont engagés dans des démarches particulièrement respectueuses de l'environnement. Grâce à leur travail responsable, le Château Calissanne a obtenu, début 2019, la certification « Haute Valeur Environnementale » de niveau 3 pour tous ses produits (vins et huiles d'olive).





INFORMATIONS PRATIQUES

Gourmet Selection

Paris Expo Porte de Versailles

Pavillon 2.2

Dimanche 13 & lundi 14 septembre 2020

Horaires

9 h 30 – 18 h 30

www.salon-gourmet-selection.com



À propos de Gourmet Selection by SIAL

Organisé par Comexposium Group, Gourmet Selection est un des membres de SIAL Network, le plus important réseau mondial de salons dédiés à l'alimentation et aux boissons. Ces neuf rendez-vous réguliers (SIAL Paris, SIAL Canada à Montréal et Toronto, SIAL Chine, SIAL Middle East, SIAL Interfood à Jakarta, SIAL India à New Delhi, Gourmet Selection by SIAL et Djazagro à Alger) rassemblent 16 700 exposants et 700 000 professionnels originaires de 200 pays.

À propos de Comexposium

Comexposium est l'un des leaders mondiaux d'organisation d'événements professionnels et grand public, organisant 135 événements B2B et B2B2C dans le monde entier couvrant de nombreux secteurs d'activité comme l'agriculture, la construction, la mode, le retail, la santé, les loisirs, l'immobilier, l'agroalimentaire, la sécurité, l'éducation, le tourisme et les comités d'entreprise. Présent dans plus de 30 pays, Comexposium accueille annuellement plus de 3,5 millions de visiteurs et 48 000 exposants. Avec un siège basé en France, Comexposium dispose d'un réseau commercial et de collaborateurs présents dans 22 pays.

Comexposium se positionne comme un créateur d'échanges et de rencontres entre les individus et le business.

www.comexposium.fr

Contacts presse OPEN2EUROPE

Anne Macquet : +33 (0)1 55 02 15 04

Emilie Leprévost : +33 (0)1 55 02 27 85

food@open2europe.com

