

Miniserie: no/low alcohol, deel 2: Marketing & Wet

Bron: WineBusiness – Ted Rieger ([link](#))



Trends en overwegingen voor de markt voor alcoholvrij/alcoholarm

Tracy Sweeney is medeoprichter en CEO van Tomorrow Cellars, een producent van twee wijnen uit Noord-Amerika: een stille Rhône Blanc en een mousserende Blanc de Rhône. Ze gaf een overzicht van de uitdagingen en kansen op de markt voor wijnen uit Noord-Amerika, gerelateerd aan consumenten- en culturele trends, trends in alcoholconsumptie en gezondheid/welzijn/matiging.

Sweeney gaf aan dat de wereldwijde markt voor wijnen uit Noord-Amerika, op basis van IWSR-gegevens, groeit met een samengestelde jaarlijkse groei (CAGR) van 7,9% en naar verwachting in 2030 \$ 3,8 miljard zal bedragen. In de VS stegen de consumentenuitgaven aan wijnen uit Noord-Amerika in 2024 met 27% ten opzichte van 2023 en werden er meer dan 1,6 miljoen dozen verkocht.

Sweeney verwees naar andere marktstatistieken en zei dat 83% van de consumenten NA drinkt als aanvulling op alcohol, vergeleken met 17% die NA drinkt als vervanging; 58% van de consumenten wisselt alcoholische dranken en dranken uit Noord-Amerika af tijdens één drinkmoment; en 93% van de mensen die dranken uit Noord-Amerika kopen, koopt ook alcoholische dranken.

Uitdagingen bij de acceptatie van producten uit Noord-Amerika door consumenten zijn onder andere: de perceptie dat deze producten niet goed zijn; de beschikbaarheid – consumenten kunnen ze niet vinden in hun winkel/winkel wanneer ze dat willen; het sociale stigma van mensen die dranken uit Noord-Amerika bestellen die hen als 'uitsluiten'.

Ze somde op wat consumenten willen: kwaliteitsproducten en authentieke wijnsmaken, transparantie over ingrediënten en processen, keuze in wijnsoorten en -variëteiten, premium verpakkingen en design, alternatieve verpakkingsformaten, een verscheidenheid aan prijspunten voor alle gelegenheden, en een grotere beschikbaarheid en gemakkelijker te vinden producten.

Sweeney wees op de voordelen van marketing en sales die verband houden met de verschillen in regelgeving tussen alcoholische dranken en wijnen uit Noord-Amerika. Deze omvatten: een vereenvoudigde route naar de markt, niet gehinderd door het drielagensysteem in de meeste staten; geen DTC-licentieverlening of -rapportage op staatsniveau; Minder verzendbeperkingen – geen handtekeningen van volwassenen vereist en de mogelijkheid om de U.S. Postal Service als bezorger te gebruiken; en meer mogelijkheden om monsters, promoties en klantincentives aan te bieden.

Sweeney vatte het als volgt samen: "Naarmate de prioriteiten van consumenten verschuiven naar welzijn, matigheid en beleving, zijn NA-wijnen perfect gepositioneerd om te floreren. Maar succes komt niet alleen voort uit het verwijderen van alcohol – het komt voort uit het toevoegen van waarde door middel van innovatie, kwaliteit, branding, storytelling en educatie."

Wijnmaker Paul Scotto van Scotto Family Cellars begon in 2011 met de productie van laag-alcoholische wijn. In 2022 nam hij een ABV-dealcoholisatie-eenheid over om het NA-aanbod uit te breiden en alcoholverwijderingsservices te bieden aan wijnmakers. Op basis van interacties met klanten zei Scotto: "Wijnhuizen beginnen NA-wijnen in hun proeflokalen te overwegen", waarbij hij opmerkte dat sommige bezoekers op zoek zijn naar een wijnlandervaring met minder of geen alcohol. Het is ook een aanbod en een verkoopkans voor BOB's en personen op groepsrondleidingen die geen alcohol drinken.

De verkoopprijzen van Noord-Amerikaanse wijnen variëren van \$ 10 per fles voor merken met een hogere productie, zoals Trinchero's FRE en J. Lohr's Ariel, maar liggen doorgaans tussen de \$ 20 en \$ 30 per fles. Scotto zei dat hij klanten heeft die Noord-Amerikaanse wijnen verkopen voor \$ 50 per fles.

Een aanzienlijke marketinguitdaging blijft bestaan op retailniveau, aangezien de meeste retailers onvoldoende onderscheid maken tussen producten en zelden aparte schappen of displays hebben voor Noord-Amerikaanse wijnen, wijnen met een lager alcoholpercentage of zelfs dranken in de categorie "beter voor u" in het algemeen. Patrick Cramb, VP wijnmaken en inkoop bij WX Brands en producent van Bread and Butter Chardonnay, en de Bread and Butter Chardonnay Sliced met een lager alcoholpercentage (9%) en minder calorieën, benadrukte het belang van een zeer onderscheidende verpakking en branding. "Uw product moet duidelijk maken wat het is en wat het onderscheidt van gewone wijnen", zei hij.

Regelgevende kwesties

Dr. Rick Falkenberg, oprichter van het adviesbureau Food Safety and Process Technology Group, Inc. (<https://fspt-g.com>) gevestigd in Turlock, Californië, gaf een overzicht van de regelgeving bij de productie en verkoop van Noord-Amerikaanse wijn. Kort gezegd zei hij: "Als u gewend bent om met het Amerikaanse Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) om te gaan, moet u nu ook de regelgeving van de Food and Drug Administration (FDA) kennen." Falkenburg zei dat de FDA vereist dat de meeste voedselproducenten goedkeuring verkrijgen van een "Process Authority", een persoon, bedrijf of instelling die de veiligheid en stabiliteit van een voedingsmiddel of drankproduct valideert en een schema opstelt voor de levering van "een commercieel steriel of houdbaar voedingsmiddel/drankproduct". Noord-Amerikaanse en alcoholarme wijnen moeten worden geproduceerd op een locatie die door de FDA is geregistreerd als een federale voedselvoorziening. Als alcohol tijdens het productie-/verwijderingsproces wordt geconcentreerd, is mogelijk een aparte productievergunning of distilleerdersvergunning van de TTB vereist: een Distilled Spirits Plant (DSP)-vergunning van de wijnmakerij indien daar verwerkt, of van de aanbieder van de alcoholverwijderingsservice voor diens faciliteit.

Falkenburg somde mogelijke staatsvereisten op, waaronder een vergunning voor voedselproductie, een registratievergunning voor bewerkte voedingsmiddelen of een vergunning voor non-alcoholische dranken. DTC (e-commerce)-verkoop is in de meeste staten toegestaan, maar de regelgeving voor vergunningen en rapportage kan per staat verschillen.

In de VS wordt alcoholvrije wijn gedefinieerd als minder dan 0,50% alcohol per volume (ABV). Alcoholvrije wijn wordt gedefinieerd als minder dan 0,05% ABV. Deze percentages kunnen enigszins verschillen per definitie en regelgeving in andere landen. Veel Amerikaanse producenten gebruiken de term "alcoholvrije wijn" op hun etiketten.

Additieven, houdbaarheid en etikettering

Tijdens de productie van NA-wijnen worden vaak verschillende additieven toegevoegd aan de gedealcoholiseerde wijn vóór de botteling om aroma's, smaken en het mondgevoel te versterken of te versterken, en om antimicrobiële bescherming te bieden om bederf te voorkomen en de houdbaarheid te verlengen. In de meeste gevallen moeten deze additieven als ingrediënten op het etiket worden vermeld.

Steven Hendrey, technisch wijnspecialist bij Enartis, gaf algemene richtlijnen voor de Amerikaanse regelgeving op basis van het alcoholpercentage van wijn. Wijn met een alcoholpercentage van meer dan 7% wordt beschouwd als "standaard" wijn, waarbij de etikettering en additieven worden gereguleerd door de TTB. Wijn met een alcoholpercentage van minder dan 0,5% wordt beschouwd als een drank en wordt gereguleerd door de FDA. Wijn is niet beperkt tot alleen door wijn goedgekeurde additieven en het etiket moet voedingsinformatie en ingrediënten bevatten. Voor wijnen met een alcoholpercentage van 0,5% tot 7% moet het etiket voedingsinformatie en ingrediënten bevatten zoals vereist door de FDA, maar het hanteert dezelfde regels voor additieven als standaardwijn.

Het vermelden van calorieën per portie op het etiket kan door de FDA verplicht worden gesteld, en calorie-informatie kan ook een promotie- en verkoopargument zijn voor de NOLO-wijn als een "beter voor u"-drank. "Ten minste houdbaar tot"- of "Ten minste houdbaar tot"-data (of vergelijkbare termen) zijn een andere overweging op het etiket. Falkenberg suggereert een samenwerking met de producent, verpakkingsmateriaal- en dienstverleners, en procesautoriteiten om een "ten minste houdbaar tot"-datum te bepalen op basis van hoe het product in de loop van de tijd afbreekt. Het product kan een snelle houdbaarheidstest ondergaan om een "ten minste houdbaar tot"-datum te berekenen.

Velcorin, een handelsnaam voor dimethyldecarbonaat (DMDC), is een antimicrobieel product dat vaak wordt toegevoegd aan dranken, waaronder veel Noord-Amerikaanse wijnen, vlak voor het bottelen. Peter Slipsager, technisch salesmanager bij Scott Labs, een leverancier van Velcorin, zei dat Velcorin sinds 1988 is goedgekeurd voor gebruik in NOLO-wijnen. Voordelen van Velcorin zijn dat het effectief kan worden gebruikt in alle soorten verpakkingen, dat het effectief is tegen een breed scala aan bacteriën en schimmels, en dat het tegen gisten werkt om nagisting in de fles te voorkomen. Bovendien breekt het snel na botteling af tot natuurlijke stoffen en hoeft het in de VS niet op de ingrediëntenlijst te staan. Slipsager vatte het als volgt samen: "Velcorin heeft wereldwijd een brede aantrekkingskracht voor gebruik in wijn en andere dranken, en in de meeste landen is er geen etikettering vereist." Slipsager merkte op dat Velcorin niet wordt vermeld als een acceptabel ingrediënt onder de eisen voor "biologische" productie en etikettering, waardoor het gebruik ervan de mogelijkheid om biologische wijnen met een NA-label te produceren, zou kunnen beperken.

Scotto benadrukte dat reinigings- en ontsmettingsmethoden nog belangrijker kunnen zijn bij gedealcoholiseerde wijnen, met aandacht voor het ontsmetten van bottel- en overslaglijnen, tanks en apparatuur, en het toepassen van goede filtratiemethoden. Scotto test gedealcoholiseerde wijnen ook met Scorpions, aangeboden door ETS-laboratoria, om mogelijke bederforganismen te identificeren.

Scotto zei dat er veel kan worden gedaan om betere wijn te maken met methoden en toevoegingen vóór de wijn wordt gedealcoholiseerd en na het verwijderen van de alcohol. Over het algemeen, zei hij, "hoeven ingrediënten die vóór het verwijderen van de alcohol worden toegevoegd, niet op het etiket te staan, maar wat je toevoegt ná het verwijderen van de alcohol, moet meestal wel op het etiket staan."

Bedrijven die in dit artikel worden genoemd:

Enartis USA

Windsor, CA

enartis.com/en-us/

J Lohr Vineyards & Wines

San Jose, CA

jlohr.com

Scott Laboratories

Petaluma, CA

scottlab.com

Scotto Family Cellars

Walnut Creek, CA

scottocellars.com

UC Davis Department of Viticulture & Enology

Davis, CA

wine.ucdavis.edu

WX Bottling

Sonoma, CA

wineryexchange.com