vinetur

Princess Cruises ajoute un vin autrichien sans alcool

Les bouteilles de Zeronimo seront servies cet été sur 17 navires, touchant environ deux millions de passagers par an.

lundi 11 mai 2026



Un producteur autrichien de vin sans alcool prend le large : deux de ses bouteilles seront servies cet été sur 17 navires Princess Cruises, touchant environ deux millions de passagers par an et marquant, selon l’entreprise, la première apparition de vins autrichiens sans alcool sur une carte des boissons d’une telle ampleur.

Les vins, Zeronimo Grüner Veltliner et Zeronimo Sparkling Select, sont issus du domaine Heribert Bayer à Neckenmarkt, dans la région du Burgenland, en Autriche. Princess Cruises a indiqué les avoir retenus pour son nouveau programme premium de boissons, POURS, conçu pour offrir aux passagers à la fois des options de plaisir et des choix à faible teneur en alcool ou sans alcool. Basée à Santa Clarita, en Californie, la compagnie de croisière est l'une des plus importantes au monde et exploite une flotte de 17 navires.

Pour Zeronimo, cette présence est un nouveau signe que le vin sans alcool dépasse le stade du marché de niche. La marque a été lancée par Katja Bernegger et Patrick Bayer dans le cadre des efforts du domaine familial pour bâtir une catégorie premium sans alcool, sans arômes ajoutés ni additifs. L'entreprise explique travailler uniquement à partir de vins de qualité autrichiens et retirer l'alcool en fin de vinification sous vide et à basse température.

Mme Bernegger a déclaré que cette présence sur une carte des boissons constituait une étape importante pour une entreprise familiale qui s'efforce depuis des années de convaincre les consommateurs que le vin sans alcool peut se suffire à lui-même. M. Bayer a indiqué que Princess Cruises avait sélectionné deux vins Zeronimo pour représenter la catégorie premium dans POURS, y voyant une reconnaissance de leur approche fondée sur le savoir-faire et l'inclusion.

Cette évolution intervient alors que la demande de boissons sans alcool continue de progresser en Autriche comme à l'étranger. Zeronimo a cité de récentes enquêtes Marketagent montrant qu'environ un tiers des Autrichiens souhaitent davantage d'alternatives sans alcool, proportion qui grimpe à la moitié chez les moins de 30 ans. L'entreprise a également indiqué que près de 20 % des personnes en Autriche ne consomment pas d'alcool du tout.

Ce mouvement a contribué à stimuler la croissance des producteurs qui cherchent à faire en sorte que le vin sans alcool se rapproche du vin traditionnel plutôt que du jus de fruits ou des boissons aromatisées. Zeronimo estime que ses vins restent partie intégrante du monde du vin parce qu'ils sont issus de raisins fermentés et élaborés comme des vins conventionnels avant désalcoolisation. L'entreprise affirme que cette

distinction compte pour les consommateurs qui souhaitent participer à la culture du vin sans boire d’alcool.

Cette présence sur les navires fait suite à d’autres développements récents pour la marque. En Autriche, les tonics au vin sans alcool de Zeronimo ont récemment été référencés dans les magasins Billa et Billa Plus à l’échelle nationale. L’entreprise indique désormais que sa gamme comprend six vins sans alcool et deux tonics au vin sans alcool vendus en Autriche, en Europe, en Grande-Bretagne et en Amérique du Nord.

Zeronimo profite également du salon VieVinum de cette semaine à Vienne pour présenter deux nouveaux produits : un rosé élaboré à partir de Blaufränkisch et de Zweigelt, ainsi que Century Blend No. 2, qu’elle décrit comme un assemblage rouge vieilli 22 ans à base de Blaufränkisch, Pinot Noir et Merlot. Les deux seront proposés en dégustation publique au salon du 16 au 18 mai au palais Hofburg.

Princess Cruises élargit son offre de boissons alors que les compagnies de croisière se disputent les voyageurs en quête d’un plus grand choix en mer, y compris des options haut de gamme sans alcool. Pour Zeronimo, ce partenariat place une marque autrichienne sans alcool devant un public mondial à un moment où davantage de passagers demandent des boissons adaptées à différents modes de vie et préférences en matière de santé.