vinetur

Les ménages espagnols ont acheté 9,1 % de shandy/radler en plus pendant la Coupe du monde de football

Circana a indiqué que le volume de bière alcoolisée a aussi progressé de 3,6 % du 15 juin au 19 juillet, à mesure que les rassemblements estivaux se multipliaient

mercredi 16 septembre 2026



Les achats alimentaires des ménages espagnols se sont davantage tournés vers la bière pendant les semaines de la Coupe du monde de football 2026, la demande en volume de bière alcoolisée en Espagne ayant augmenté de 3,6 % du 15 juin au 19

juillet par rapport à la même période un an plus tôt, selon le dernier Summer Barometer de Circana, publié le 16 septembre. Le plus fort gain au sein du segment de la bière est venu du shandy/radler, en hausse de 9,1 % sur les mêmes dates.

Les chiffres de Circana indiquent une demande plus soutenue pour plusieurs options de bière à une période où le temps chaud, les déplacements de vacances et le visionnage des matches amenaient davantage de monde à se retrouver autour de la nourriture et des boissons à la maison. Le rapport précise que l'été a été marqué par les réunions, le tourisme, les fortes températures et la Coupe du monde, et il relie ces facteurs à davantage d'occasions de consommation partagée dans les ménages espagnols.

La hausse de 9,1 % du shandy/radler, la catégorie des mélanges bière-agrumes, a largement dépassé celle de la bière alcoolisée standard. L'écart entre les deux s'élevait à 5,5 points de pourcentage. Parmi les trois options de bière figurant dans le graphique de Circana, le shandy/radler a affiché la croissance la plus forte pendant la période du tournoi.

La bière sans alcool a également progressé, en hausse de 3,9 % entre le 15 juin et le 19 juillet par rapport à la même période en 2025. Ce chiffre se situe près de la hausse de 3,6 % de la bière alcoolisée, soit un écart de 0,3 point de pourcentage. Circana inclut la bière sans alcool dans son examen plus large des choix de bière, mais elle sort du champ de toute analyse des boissons alcoolisées puisqu'elle n'appartient pas à une catégorie alcoolisée.

Le rapport n'offre qu'une vision partielle du marché de l'alcool. Il ne détaille pas la demande estivale pour le vin, les spiritueux, le cidre ou d'autres boissons alcoolisées dans le document publié mercredi. Cela signifie que les chiffres de la bière ne peuvent pas servir à comparer l'ensemble du marché des boissons alcoolisées en Espagne pendant la Coupe du monde ou sur l'ensemble de la saison.

Le calendrier des mesures est également important. La hausse de 3,6 % de la bière alcoolisée ne concerne que la fenêtre de la Coupe du monde suivie par Circana, du 15 juin au 19 juillet. Elle ne couvre pas tout juillet et août, et ne représente pas l'ensemble de l'été. Circana n'a pas publié de chiffre distinct pour la bière alcoolisée sur l'ensemble de la période de deux mois juillet-août, si bien que le rapport ne permet pas de savoir

si la bière standard a conservé le même rythme après la fin du tournoi.

Shandy/radler est la seule catégorie alcoolisée liée à la bière du rapport à disposer d'un second relevé estival au-delà de la période de la Coupe du monde. Sur juillet et août combinés, Circana a indiqué que la demande en volume de shandy/radler avait progressé de 7,2 % par rapport à la même période un an plus tôt. Ce chiffre est inférieur à la hausse de 9,1 % enregistrée sur la fenêtre du 15 juin au 19 juillet, mais les deux données vont dans le même sens et montrent une croissance annuelle continue pendant les principaux mois d'été.

L'écart entre les deux relevés shandy/radler suggère que la période de la Coupe du monde a été particulièrement favorable à cette catégorie. Circana classe le shandy/radler parmi les boissons associées à la fraîcheur par temps chaud, et la société indique que les fortes températures ont influencé la composition du panier d'achat pendant la saison. Dans le même temps, le rapport précise que le tournoi a créé davantage d'occasions de se retrouver autour de la nourriture et des boissons. Les données publiées ne permettent pas d'isoler quelle part de la hausse est venue des matches, quelle part de la chaleur, ni quelle part a pu refléter le tourisme ou le déplacement habituel des habitudes d'achat pendant les semaines de vacances.

La bière alcoolisée a affiché une hausse plus modérée, mais elle est restée en territoire positif à un moment où les ménages espagnols achetaient aussi davantage de produits liés aux repas conviviaux en groupe. Circana a indiqué que la demande avait fortement augmenté sur la même période du 15 juin au 19 juillet pour les produits apéritifs et les aliments faciles à partager, qu'elle relie directement au visionnage des matches et aux rassemblements sociaux. Ces catégories alimentaires sont en dehors du marché de l'alcool, mais elles aident à expliquer le contexte dans lequel les achats de bière ont augmenté.

Les données du Summer Barometer mesurent la demande en volume, et non la dépense des consommateurs. Circana n'a pas publié dans le même document le nombre de litres vendus, la part de marché de chaque catégorie de bière, le chiffre d'affaires, ni les tendances de prix. Sans ces détails, le rapport montre quelles catégories ont gagné le plus de volume pendant l'été et les semaines de Coupe du

monde, mais pas si la croissance la plus forte a aussi généré la plus grande valeur de ventes ni si elle s'est accompagnée de prix plus élevés ou plus bas au détail.

Il en ressort donc une image étroite mais claire du marché de la bière en Espagne pendant une partie de l'été. La demande de bière alcoolisée standard a augmenté de 3,6 % pendant la période de la Coupe du monde, shandy/radler de 9,1 % sur les mêmes semaines, puis shandy/radler a ensuite enregistré une hausse de 7,2 % sur juillet et août. Circana n'a pas fourni de chiffre pour juillet-août concernant la bière alcoolisée, si bien que le document n'offre aucune comparaison à périmètre constant entre les deux catégories alcoolisées sur l'ensemble de la haute saison estivale.