vinetur

La bière sans alcool creuse un écart de croissance de 13,1 points avec la bière artisanale dans les magasins américains

Selon NielsenIQ, sur les quatre semaines terminées le 31 octobre, les volumes de bière sans alcool ont progressé de 7,5 %, tandis que ceux de bière artisanale ont reculé de 5,6 %

jeudi 12 novembre 2026



La bière sans alcool a continué de progresser dans les circuits de vente au détail aux États-Unis, tandis que la bière artisanale poursuivait son recul, selon les données du panel NielsenIQ citées dans un rapport sectoriel publié le mercredi 11 novembre. Sur les quatre semaines terminées le 31 octobre, les volumes de bière sans alcool ont augmenté de 7,5 % par rapport à la période correspondante de 2025, tandis que ceux de bière artisanale ont chuté de 5,6 %. L'écart entre les deux segments s'est ainsi établi à 13,1 points de pourcentage.

La même tendance se dessine pour les ventes en valeur. Celles de bière sans alcool ont progressé de 8,9 % sur un an, tandis que celles de bière artisanale ont reculé de 4,1 %. Ces chiffres suggèrent que la croissance des ventes de bière au détail s'est concentrée dans un nombre limité de catégories, plutôt que de concerner l'ensemble du marché.

Les autres segments de bière ont affiché des évolutions plus modérées. Les ventes de bière importée en valeur ont augmenté de 0,3 %, mais ses volumes ont diminué de 1,5 %. La bière domestique super premium a progressé de 2,3 % en valeur et de 1,6 % en volume, ce qui en fait l'une des rares catégories traditionnelles de bière à avoir progressé selon les deux indicateurs.

Les chiffres portent sur les ventes au détail aux États-Unis suivies par NielsenIQ sur une période de quatre semaines, et non sur l'ensemble du marché de la bière pour l'année. Aucun montant total des ventes n'a été publié pour les segments, et les données ne comprenaient pas de chiffres comparables depuis le début de l'année. Les données disponibles indiquent donc la direction et le rythme des évolutions, mais pas la taille totale de chaque catégorie au sein du marché.

La distinction entre valeur et volume est également importante. La valeur correspond aux ventes en dollars, tandis que le volume mesure les ventes physiques. Lorsqu'un segment progresse en valeur, mais pas en volume, cette évolution peut s'expliquer par les prix, la composition de l'offre ou d'autres facteurs, et pas seulement par une hausse des ventes en unités. C'est le cas de la bière importée, dont les ventes en valeur ont légèrement progressé alors que les volumes continuaient de reculer.

Pour la bière sans alcool, la progression des deux indicateurs témoigne d’une expansion plus large dans les circuits de vente au détail au cours de la période. Les volumes ayant augmenté de 7,5 % et les ventes en valeur de 8,9 %, le segment ne s’est pas appuyé uniquement sur une hausse des prix pour afficher des gains. La bière artisanale a suivi la tendance inverse, avec un recul à la fois en valeur et en volume, signe d’un affaiblissement des ventes dans les magasins suivis au cours de la période considérée.

Les données citées dans le rapport du 11 novembre proviennent du panel de vente au détail de NielsenIQ aux États-Unis, mais le rapport original de NielsenIQ n’était pas accessible au public. Les chiffres examinés sont ceux publiés dans un rapport secondaire de Vinetur. Cela limite la possibilité de vérifier de manière indépendante l’ensemble de la méthodologie et les éventuelles ventilations supplémentaires figurant dans la publication originale.

Le rapport précise également que le panel ne représente pas la consommation nationale totale et qu’il exclut le cidre, les boissons maltées aromatisées et les hard seltzers. Les chiffres doivent donc être considérés comme un instantané des ventes de bière au détail suivies sur les quatre semaines terminées le 31 octobre, et non comme une mesure complète de l’ensemble des achats d’alcool aux États-Unis.