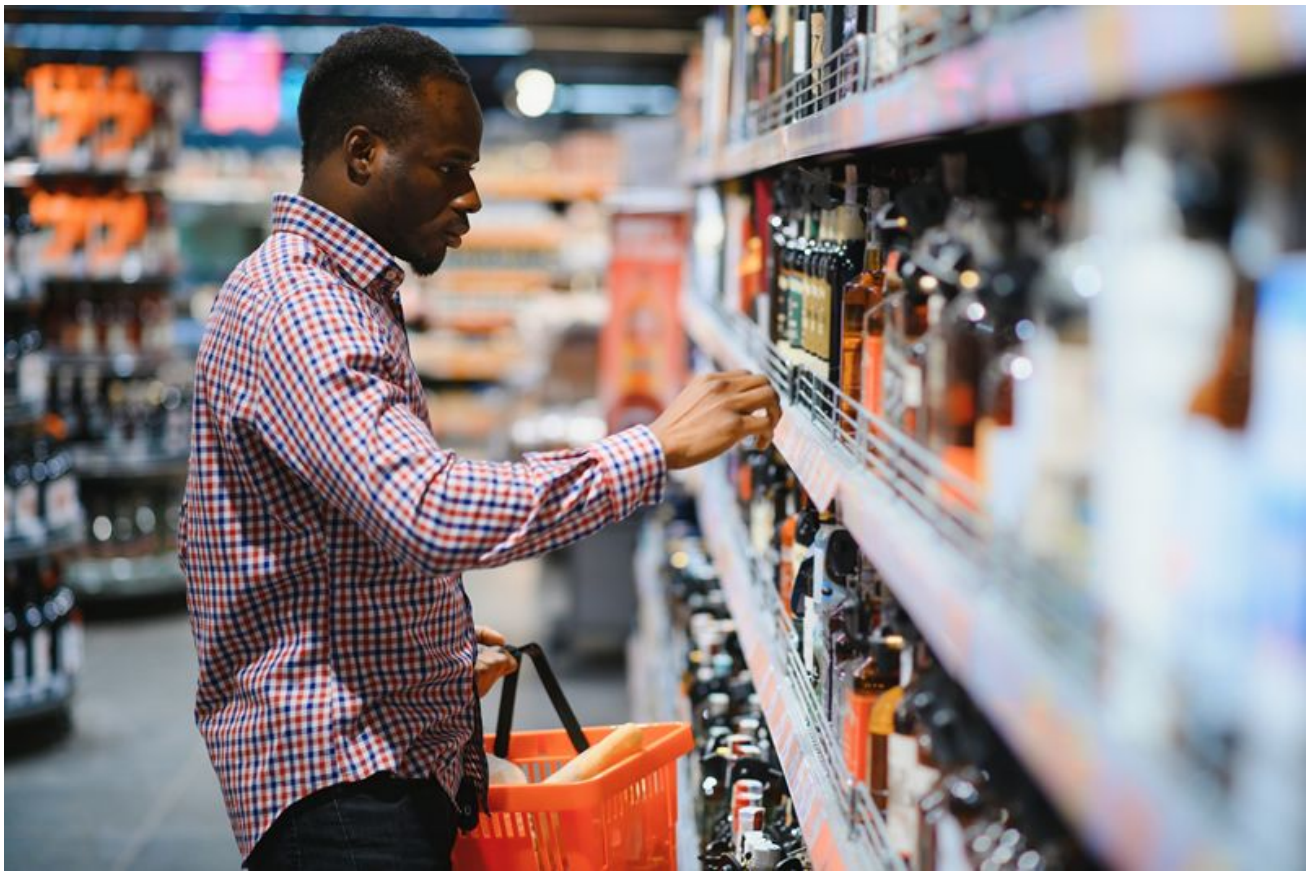
vinetur

Total Wine dépasse les 75 millions de dollars de ventes de boissons sans alcool pour adultes

La bière sans alcool représente désormais 6,5 % de l’activité bière de Total Wine, signe que les boissons sans alcool gagnent du terrain auprès du grand public

vendredi 20 novembre 2026



Total Wine & More a dépassé les 75 millions de dollars de ventes de boissons sans alcool destinées aux adultes, signe que la demande d'alternatives sans alcool prend une place croissante dans le secteur américain des boissons.

Brewbound a rapporté jeudi 19 novembre que la bière sans alcool représente désormais 6,5 % des ventes totales de bière de Total Wine. Ce chiffre suggère que cette catégorie a dépassé le stade d'un petit segment spécialisé chez le distributeur et représente désormais une part mesurable de l'un des principaux marchés du secteur.

Selon l'article, l'entreprise élargit son assortiment de produits sans alcool dans les catégories de la bière, du vin et des spiritueux. Cette offre plus vaste s'adresse aux consommateurs en quête d'options adaptées à une consommation modérée, à leurs préoccupations de bien-être ou aux occasions sans alcool. Les dirigeants de Total Wine ont présenté ce segment comme un volet de la stratégie de croissance globale du distributeur et de ses efforts pour répondre aux différentes préférences des consommateurs, a indiqué Brewbound.

Ces chiffres sont importants, car Total Wine est un distributeur spécialisé de grande envergure, présent dans de nombreuses catégories de boissons alcoolisées. Lorsqu'une enseigne de cette taille fait état d'une croissance durable des produits sans alcool destinés aux adultes, cela peut influencer les décisions des fournisseurs en matière de lancement de produits, l'approche des distributeurs à l'égard de cette catégorie et la place accordée par les détaillants aux boissons sans alcool en rayon. Pour les brasseurs en particulier, cette part de 6,5 % montre que les produits sans alcool occupent une place de plus en plus significative dans le rayon bière, au lieu de rester en marge.

Le chiffre d'affaires annoncé témoigne également d'une évolution plus générale du comportement des consommateurs. Les boissons sans alcool pour adultes gagnent du terrain, car de plus en plus de consommateurs recherchent des alternatives leur permettant de participer aux mêmes occasions que les personnes qui boivent, sans consommer d'alcool. Cette évolution a contribué à élargir le marché des produits conçus pour reproduire le goût, le conditionnement et les rituels associés à la bière, au vin et aux spiritueux traditionnels.

Pour le secteur des boissons, cette évolution renforce l'idée que la croissance ne se limite pas à un seul produit de niche. La bière reste le segment le plus visible de la tendance au sans-alcool, mais l'intérêt de Total Wine pour les alternatives au vin et aux spiritueux montre que les distributeurs voient des possibilités de développer cette catégorie dans plusieurs rayons. Cela peut accroître la concurrence pour les marques d'alcool bien établies, tout en ouvrant la voie à de nouvelles entreprises spécialisées dans les produits sans alcool.

Les données de Total Wine pourraient également être suivies de près par les producteurs qui cherchent à déterminer où investir à l'avenir. Si un grand distributeur continue d'enregistrer une hausse des ventes de boissons sans alcool, les fournisseurs pourraient consacrer davantage de ressources à leur formulation, à leur image de marque et à leur distribution. Les entreprises d'alcool bien établies pourraient aussi être plus nombreuses à intégrer leurs gammes sans alcool à leur stratégie de portefeuille principale, plutôt que de les traiter comme des projets secondaires.

Brewbound a indiqué que le distributeur attribuait la croissance de la catégorie à l'évolution plus générale des modes de vie et à l'intérêt croissant pour le bien-être. Si les tendances de la demande varient selon les régions, les occasions et les types de produits, les derniers chiffres suggèrent que cette catégorie a pris suffisamment d'importance chez une grande enseigne pour influer sur les décisions de mise en rayon et la planification des portefeuilles dans les secteurs de la bière, du vin et des spiritueux. À mesure que les distributeurs s'adaptent à ces évolutions, les produits sans alcool devraient jouer un rôle croissant dans la manière dont le secteur des boissons se dispute les consommateurs désireux d'avoir davantage de choix quant au moment et à la façon de boire.