vinetur

Grupo Modelo affirme que le volume de bière sans alcool a progressé d’environ 30 % au Mexique au troisième trimestre

Les informations publiées ne précisent ni le volume absolu des ventes ni la base de comparaison, limitant l’évaluation de l’impact global de la catégorie

lundi 23 novembre 2026



L’activité de Grupo Modelo dans la bière sans alcool au Mexique a progressé d’environ 30 % en volume au troisième trimestre 2026, selon des déclarations de l’entreprise citées par El Economista le 20 novembre, puis reprises par Beer Magazine le 22 novembre.

La hausse rapportée couvre la période de juillet à septembre et concerne les volumes vendus, et non le chiffre d’affaires. Les informations disponibles ne précisent pas le volume absolu vendu, en litres ou en hectolitres, et aucune déclaration publique de première main détaillée n’était immédiatement disponible. La base de comparaison n’étant pas indiquée dans les comptes rendus publiés, il n’est pas possible de confirmer qu’il s’agit d’une hausse sur un an.

Même avec cette réserve, le résultat témoigne d’une croissance plus rapide dans une catégorie que les grands brasseurs cherchent à développer en lançant des produits destinés aux consommateurs qui souhaitent retrouver le goût de la bière avec peu ou pas d’alcool. Les informations disponibles à ce stade ne montrent pas quelle part le segment sans alcool a représenté dans l’activité totale de Grupo Modelo au Mexique pendant le trimestre. Elles ne précisent pas non plus si la progression est due à une distribution plus large, à des achats répétés plus fréquents, à de nouveaux lancements ou à des opérations promotionnelles.

Grupo Modelo est le brasseur et distributeur mexicain contrôlé par Anheuser-Busch InBev, le groupe brassicole basé en Belgique plus connu sous le nom d’AB InBev. Selon le classement 2025 de BarthHaas, AB InBev était le premier brasseur mondial en volume, avec 484,19 millions d’hectolitres. Cette dimension mondiale donne davantage de poids à tout signe de renforcement de la demande sur l’un de ses grands marchés.

Au Mexique, Grupo Modelo indique sur son site institutionnel disposer de 11 sites de brassage : huit sites industriels, deux sites de production artisanale et une brasserie expérimentale. L’implantation de l’entreprise aide à comprendre pourquoi une catégorie de niche peut compter si elle se développe rapidement. Mais faute de volumes publiés, le dernier chiffre de croissance ne peut pas encore être traduit en gains de parts de marché ni en contribution claire à la production totale.

Les articles qui ont cité les déclarations de l’entreprise ne fournissent pas non plus de détail par marque. Grupo Modelo commercialise plusieurs bières au Mexique et a étendu sa présence dans les supermarchés, les commerces de proximité, les restaurants et d’autres circuits. Toutefois, les informations publiques associées au chiffre du troisième trimestre ne précisent pas quelles marques ont porté la hausse des volumes de bière sans alcool, ni si la croissance s’est concentrée dans certaines régions ou certains points de vente.

Plusieurs questions restent donc ouvertes pour les analystes et les concurrents. Sans indication du niveau de départ, une hausse de 30 % peut recouvrir des réalités commerciales très différentes. Une catégorie encore modeste peut afficher un taux de croissance élevé sans modifier sensiblement l’activité globale, tandis qu’un taux similaire appliqué à une base plus importante peut signaler une évolution plus marquée de la demande des consommateurs. Les informations disponibles ne permettent pas de trancher.

Ce chiffre ne doit pas non plus être interprété comme une mesure de la hausse des prix ou de la rentabilité. La croissance des volumes indique seulement qu’une plus grande quantité de produits a été écoulée sur le marché. Elle ne dit pas si les ventes ont généré des marges plus élevées, si les prix moyens ont évolué ou si l’entreprise a accru ses dépenses de marketing et de distribution pour soutenir le segment.

Les performances rapportées laissent néanmoins penser que la bière sans alcool reste un moteur de croissance pour Grupo Modelo au Mexique. Pour un brasseur de cette taille, une hausse à deux chiffres des volumes dans une catégorie en développement est notable, même si l’absence de chiffre absolu des ventes ne permet pas de déterminer dans quelle mesure cette dynamique a modifié le profil global de l’activité de l’entreprise au cours du trimestre.