

DRY JANUARY 2026

Brasseries Kronenbourg, n°1 de la bière sans alcool en France ⁽¹⁾ et engagée en faveur de la consommation responsable

À l’occasion du prochain « Défi de janvier » connu sous le nom de Dry January, Brasseries Kronenbourg réaffirme son engagement en faveur d’une consommation d’alcool modérée et responsable, ainsi que son leadership historique sur le segment des bières sans alcool, porté par une offre riche et des activations fortes en grande distribution.

On constate la montée en puissance de nouvelles pratiques de consommation responsable, dans un contexte où la modération d’alcool s’installe et où la demande d’offres sans alcool se développe. Le Dry January illustre cette évolution, avec près d’un Français sur quatre ⁽³⁾ engagé dans un mois sans alcool, qui peut s’avérer un point de départ pour une consommation modérée toute l’année et non sur un seul mois.

Acteur pionnier du segment, Brasseries Kronenbourg est aujourd’hui le n°1 dans le segment des bières sans alcool en France, avec une part de marché de 60,4 % ⁽¹⁾ (hors panachés) et une croissance volume de +13,5 % ⁽¹⁾ sur les 10 premiers mois de 2025, portée par un portefeuille diversifié et innovant.

À l’occasion du prochain « Défi de janvier », le brasseur déploie plusieurs initiatives en grande distribution, en mettant à l’honneur ses deux références phares sans alcool : Tourtel Twist et 1664 Blonde 0,0%. Les deux marques bénéficient de dispositifs renforcés, avec une visibilité en prospectus et près de 600 points de vente activés en janvier.

Au sommaire :

- Acteur engagé pour une consommation d’alcool modérée et responsable - p 2
- Précurseur et Le leader de la bière sans alcool en France – p 3
- L’offre la plus large et diversifiée du marché – p 3/4
- En GMS, Brasseries Kronenbourg anime le Dry January 2026 avec Tourtel Twist et 1664 0,0% en vedettes – p 5

Acteur engagé pour une consommation d'alcool modérée et responsable

Brasseries Kronenbourg est membre actif de l'Association Prévention & Modération, créée en 2019 par les filières de boissons alcoolisées, dont la mission est de prévenir les comportements à risque liés à la consommation d'alcool et de promouvoir la modération. Brasseries Kronenbourg s'inscrit ainsi dans les repères de consommation à moindre risque de Santé publique France, qui recommandent de ne pas dépasser deux verres par jour et de ne pas boire tous les jours.

➤ DÉCONSUMMATION D'ALCOOL : UNE RÉALITÉ QUI S'INSCRIT DANS LA DURÉE

Aujourd'hui, la baisse de la consommation d'alcool s'inscrit dans une tendance profonde. Depuis 60 ans, la consommation d'alcool en France a diminué de 60 % ⁽²⁾. Près de 80 % ⁽³⁾ des Français respectent ces repères de santé publique et 9 sur 10 n'adoptent pas de comportement à risque, tandis que 38 % déclarent réduire leur consommation de boissons alcoolisées (dont 32 % suite à un événement déclencheur) ⁽³⁾.

Face à cette déconsommation structurelle, la priorité de santé publique concerne les 10 % de consommateurs ⁽²⁾ exposés à des usages excessifs ou à la dépendance, qui nécessitent un accompagnement personnalisé, alors même que de nouvelles occasions de consommation émergent, faisant du 0,0 % un choix valorisant. Dans ce contexte, Brasseries Kronenbourg participe au Défi de janvier avec une approche pragmatique, en mettant en avant son offre de bières sans alcool.

La position de Brasseries Kronenbourg consiste en effet à proposer aux consommateurs une large gamme de boissons intégrant une offre sans alcool élargie. L'objectif est de leur permettre de choisir celles adaptées à chaque situation, tout au long de l'année. Par ailleurs, Brasseries Kronenbourg réaffirme ici la position portée par Prévention & Modération. L'entreprise considère le Défi de janvier comme un événement pertinent pour permettre à chacun de faire le point sur sa relation à l'alcool. En revanche, ce défi ne constitue pas un outil central de promotion de la modération en France : celle-ci doit être un réflexe toute l'année, et non un effort concentré sur un seul mois.

➤ EN 2025, PRÈS D'UN FRANÇAIS SUR CINQ A SUIVI LE DRY JANUARY ⁽³⁾

Le Défi de janvier Dry January enregistre une adoption croissante, avec 22 % des Français ayant participé à l'édition 2025. Parmi eux, 22 % optent pour des bières sans alcool, ce qui fait de la bière la catégorie la plus facilement substituée par des solutions 0,0%.

➤ DANS LA GALAXIE DES SANS ALCOOL, LA BIÈRE TIRE SON ÉPINGLE DU JEU ⁽¹⁾

Cette dynamique se retrouve dans les chiffres du marché : le segment des bières sans alcool (hors panachés) représente 5,7 % du marché total de la bière, gagne 0,6 point de part de marché et affiche une croissance en volume de +12,8 % sur les dix premiers mois de 2025. Sachant que la France est encore loin d'autres pays européens où le sans alcool dépasse 15 % du marché (Allemagne et Espagne), la marge de progression reste importante. Les bières blondes sans alcool progressent de +15 % (1664 0,0% avec + 27 % est 1^{ère} de cette catégorie), tandis que les bières aromatisées sans alcool gagnent 11 %. Quant à Tourtel Twist, cette boisson sans alcool à base de bière 0,0%, elle représente à elle seule 58 % du total des bières sans alcool en France et reste l'un des moteurs de la croissance du segment.

➤ POURQUOI LA BIÈRE SANS-ALCOOL RÉPOND AUX NOUVELLES ATTENTES ?

La tendance du sans alcool transforme durablement les usages et les codes de consommation. Les boissons sans alcool offrent une alternative qualitative à l'alcool, permettant de prolonger les moments de convivialité.

Précurseur et Le leader de la bière sans alcool en France ⁽¹⁾

Brasseries Kronenbourg structure le marché des bières sans alcool depuis les années 1960, avec la création de Tourtel, considérée comme l'une des références historiques du segment. Dans les années 2000, le lancement de Kronenbourg Pur Malt (KPM) marque une nouvelle étape, avant une accélération décisive à partir de 2015 grâce à Tourtel Twist, qui introduit une approche plus gourmande et désaltérante du 0,0%.

Ce travail de fond, associé au savoir-faire brassicole de l'entreprise, à une politique d'innovation continue et à une offre pensée pour tous les moments de consommation, fait aujourd'hui de Brasseries Kronenbourg l'acteur N°1 des bières sans alcool en France. Un leadership confirmé par les chiffres : en grande distribution, la part de marché des bières sans alcool de Brasseries Kronenbourg atteint 60,4 %, avec une croissance en volume de +12,3 %.

Le portefeuille sans alcool de Brasseries Kronenbourg s'appuie notamment sur deux marques fortes, Tourtel Twist et 1664, qui figurent toutes deux parmi les principaux contributeurs à la croissance du marché. Leader, Tourtel Twist affiche une part de marché de 45,2 % sur le segment des bières sans alcool (hors panachés) et 1664 0,0%, 2^e marque du segment, atteint 10,7 %, confirmant ainsi le poids de l'acteur historique.

L'offre la plus large et diversifiée du marché

Brasseries Kronenbourg propose aujourd'hui l'une des offres sans alcool les plus étendues du marché français. Elle comprend des bières classiques, des bières aromatisées 0,0% et des boissons sans alcool à base de bière 0,0%, afin de répondre à la fois aux amateurs de profils houblonnés et aux consommateurs en quête de saveurs fruitées ou rafraîchissantes. Cette diversité permet d'accompagner tous les moments de consommation, de l'apéritif au repas, en passant par les pauses dans la journée.

➤ BIÈRES CLASSIQUES SANS ALCOOL

- 1664 Blonde 0,0% : une blonde sans alcool qui met en avant la fraîcheur et l'expression d'un houblon rare.
- Grimbergen Blonde 0,0% : une bière sans alcool à la rondeur marquée, au fruité présent et à l'amertume légère.
- Kronenbourg Pur Malt : un profil gustatif signature, très proche d'une blonde classique, pour ceux qui souhaitent retrouver leurs repères.
- Carlsberg 0,0%, Brooklyn Special Effects, Guinness 0,0% : une sélection internationale pour offrir des références emblématiques.

➤ BIÈRES AROMATISÉES SANS ALCOOL :

- 1664 Blanc 0,0% : une version sans alcool de la célèbre bière blanche, axée sur la fraîcheur et des notes fruitées qui sont sa signature.
- Grimbergen Rouge Intense 0,0% : une bière sans alcool aux accents fruités, équilibrant douceur et vivacité acidulée.

➤ **BOISSONS AROMATISÉES À BASE DE BIÈRES SANS ALCOOL 0,0% :**

- Tourtel Twist 0,0% : la référence n°1 du sans alcool aromatisé, qui associe bière désalcoolisée et jus de fruits pour une expérience rafraîchissante.
- Tourtel Fruits & Plantes 0,0% : une gamme qui mise sur la subtilité aromatique, en mariant fruits et notes végétales.



DÉSALCOOLISATION PAR ÉVAPORATION À FROID : UNE EXPERTISE TECHNOLOGIQUE RECONNUE

Les bières 0,0% de Brasseries Kronenbourg sont d'abord brassées comme des bières traditionnelles, puis désalcoolisées grâce à un procédé d'évaporation à froid sous vide autour de 30°C. Cette technologie permet de retirer 100 % de l'éthanol tout en préservant le profil aromatique, l'amertume et la fraîcheur, éléments essentiels à l'expérience de dégustation.

Ce savoir-faire technologique est au cœur de la qualité gustative des bières sans alcool du brasseur, en garantissant un équilibre entre qualité gustative, sécurité et cohérence avec les attentes de consommateurs de plus en plus sensibles à la fois au goût et aux enjeux de santé.

L'objectif est de proposer des bières 0,0% qui ne se choisissent pas par défaut.

En GMS, Brasseries Kronenbourg anime le Dry January 2026 avec Tourtel Twist et 1664 0,0% en vedettes !

Le Dry January est pour Brasseries Kronenbourg un temps fort pour mettre en avant les nouvelles tendances de consommation autour de boissons non alcoolisées, la diversité des solutions 0,0% et le leadership historique du brasseur sur ce segment. L'enjeu est autant de valoriser l'offre sans alcool que d'accompagner les consommateurs vers des tendances de consommation s'étendant au-delà du seul mois de janvier.

En grande distribution, Brasseries Kronenbourg se positionne comme un véritable animateur de la catégorie en multipliant les initiatives de visibilité en magasin, en drive et en prospectus. Les dispositifs proposés visent à faciliter le choix des bières sans alcool, en les rendant immédiatement repérable en rayon pour toutes les occasions.

➤ TOURTEL TWIST ET 1664 BLONDE 0,0% EN TÊTES D'AFFICHE

Pour le Dry January 2026, Brasseries Kronenbourg concentre ses activations sur ses deux marques phares : Tourtel Twist et 1664 Blonde 0,0%. Tourtel Twist sera la marque « flagship » de la période, avec un renfort très significatif de sa présence commerciale et promotionnelle, et une promesse de marque : « Continuer de trinquer avec Tourtel Twist ».



Les moyens déployés incluent notamment :

- Pour Tourtel Twist :
 - Une visibilité renforcée en prospectus durant le mois de janvier.
 - Près de 400 points de vente activés sur l'ensemble des circuits GMS pour mettre en avant les références 0,0%.
 - Des dispositifs spécifiques sur le terrain, avec des PLV dédiées autour de la promesse de « continuer de trinquer avec Tourtel Twist », afin de positionner clairement la marque comme l'alliée des moments sans alcool.

- Un « Calendry January 2026 » mis à disposition des consommateurs dans le cadre d'une campagne d'influence.



- Pour 1664 Blonde 0,0%
 - Des opérations de visibilité renforcée en drive chez plusieurs enseignes (U, Carrefour, Leclerc, ITM) et une campagne média/performance dédiée à 1664 0,0% dans 200 magasins. Slogan retenu : « Sans alcool, sans compromis sur le goût ».

Sources :

- (1) Circana YTD P10 2025, hors panachés
- (2) OFDT
- (3) CIRCANA – études juillet 2025
- (4) Prévention & Modération

À propos de Brasseries Kronenbourg, brasseur français depuis 360 ans

Filiale française du Groupe Carlsberg depuis 2008 et brasseur en Alsace depuis 1664, Brasseries Kronenbourg est le premier brasseur français. Nous produisons environ 600 millions de litres de bière par an dans la plus grande brasserie de France à Obernai (Bas-Rhin) et détenons 25 % du marché à travers un portefeuille de marques diversifiées : 1664 (la bière française la plus vendue dans le monde), Grimbergen (la bière de dégustation la plus demandée), Tourtel Twist (une boisson à base de bière 0,0 % d'alcool et de jus de fruit), Kronenbourg (le grand nom de la bière alsacienne), Carlsberg (la grande marque internationale), Skøll Tuborg (la bière tendance), Somersby (la fusion entre la bière et les saveurs fruitées), La Bête (la bière du nord qui révèle les forces du malt), ...

Forte de 360 ans d'expérience, Brasseries Kronenbourg, c'est plus de 1000 passionnés de la bière en France.

Pour plus d'information : <https://kronenbourg.com>

Contact Presse : Jean-Pierre Tuil - IMAGE ET ENTREPRISE - jptuil@image-et-entreprise.com - 06 81 47 12 48

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION