

## Teisseire retombe en enfance

Le leader des sirops en grande distribution poursuit sa dynamique d'innovations. Teisseire déploiera, en effet, une nouvelle gamme à compter du mois d'avril prochain. Baptisée Fruity animals et pensée pour les enfants, elle arbore un univers ludique, coloré et peuplé d'animaux rigolos. Chacune des quatre recettes bi-goûts dispose de son emblème : la licorne pour la saveur fraise-citron, le toucan pour l'association pêche-mangue, le dragon pour le parfum framboise-litchi et le léopard pour le mix cerise-cassis. Les formules sont, en outre, élaborées avec des arômes naturels et 30 % moins sucrées qu'un sirop classique, la combinaison idoine pour rassurer les parents. Ces innovations seront soutenues via un plan de lancement puissant qui s'articule autour d'une campagne médiatique sur petit écran et en digital, mais aussi un volet activation en points de vente. Des boxes seront ainsi mis à disposition tandis que 200 jours d'animations de dégustations sont prévus au cours de la saison estivale.

Contenance : 60 cl PVC indicatif : 3,45 €

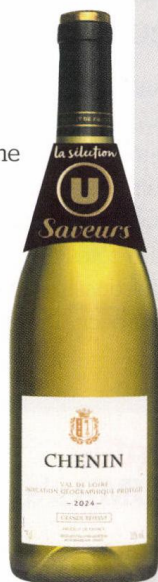


# Nouveaux produits

## Coopérative U part en éclaireur sur le chenin

**MDD** U est la première enseigne à miser sur le cépage emblématique de la Loire, le chenin, pour sa MDD. Cette nouvelle référence produite en IGP val-de-loire a intégré l'année dernière en diffusion régionale la gamme U Saveurs. Laquelle était jusqu'alors principalement composée de vins en IGP pays-d'oc et IGP ardèche. Alors que les ventes de vins blancs en AOP ligériennes sont en retrait en GMS, celles des blancs en IGP val-de-loire sont en croissance et le chenin est particulièrement porteur.

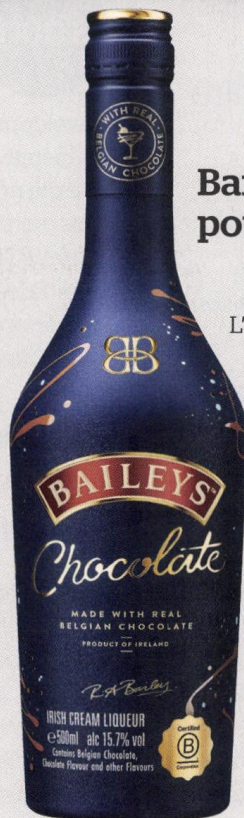
Contenance : 75 cl  
PVC constaté : 3,85 €



## Baileys fond de nouveau pour le chocolat

L'histoire est un éternel recommencement. Celle de l'innovation ne fait pas exception. En fin d'année dernière, Baileys a lancé en avant-première chez Carrefour sa version Chocolate. Une nouveauté qui n'en est pas vraiment une. En effet, la marque de liqueur la plus vendue dans le monde avait déjà proposé il y a une petite dizaine d'années cette référence en grande distribution. Depuis, son look a un peu changé puisqu'elle se pare d'un bleu nuit du plus bel effet. Le produit est conçu avec du chocolat belge et titre 15,7°. Contrairement au reste des parfums présents en GMS, Baileys Chocolate adopte un format 50 cl.

Contenance : 50 cl PVC indicatif : 14,90 €



# Nouveaux produits

## Vignobles & Compagnie accoste en Camargue

À l'abordage ! Le négociant rhodanien Vignobles & Compagnie investit la jeune appellation sable-de-camargue avec Capitaine Marinette, une cuvée à l'ADN résolument maritime, habillée d'une étiquette rayée bleu et blanc façon marinière. Seule une poignée d'opérateurs s'est emparée de la dénomination depuis son accession au rang d'AOP en octobre 2023.

Avec cette cuvée exclusivement composée de grenache gris, Vignobles & Compagnie agrandit ce cercle restreint. L'entreprise en profite également pour étoffer son portefeuille de vins rosés sur le haut du panier.

Contenance : 75 cl  
PVC indicatif : 6,95 €



## Yass produit de l'énergie verte

La marque de sodas sains lancée par Solinest au printemps dernier se dote d'une cinquième référence. Baptisée Yass Green Power, elle se positionne comme la première boisson énergisante aux prébiotiques, offrant ainsi un double bénéfice. Élaborée à base de café vert pour une énergie longue durée, elle allie le peps du citron à la gourmandise de la fraise. En outre, comme le reste de la gamme, la formule ne contient ni édulcorant, ni additif et présente une sucrosité 60 % inférieure à la moyenne des sodas classiques. Elle sera disponible à partir du printemps.

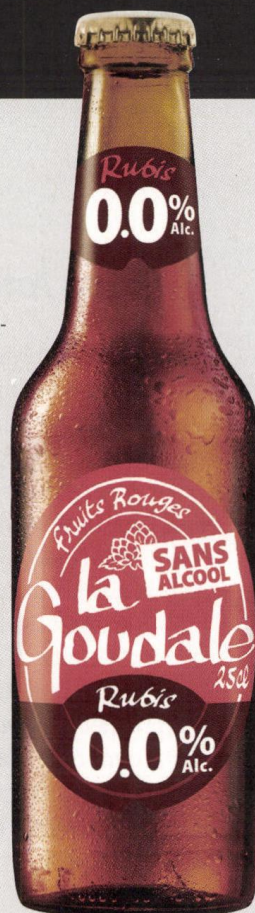
Contenance : 33 cl  
PVC indicatif : 1,79 €



## Goudale taille son rubis en 0,0

La brasserie basée à Arques, dans le Pas-de-Calais, poursuit le développement de sa marque éponyme sur le segment porteur des bières sans alcool. Après le lancement réussi de la Goudale Rubis titrant 5° en 2025, elle propose désormais une déclinaison 0,0 %, capitalisant ainsi sur l'attrait croissant pour les alternatives désalcoolisées. Conservant sa robe rougeoyante et son profil aromatique axé sur les fruits rouges, cette nouvelle référence entend reproduire les codes qui ont fait le succès de la version originale, tout en s'inscrivant dans les nouveaux usages de consommation. Elle complète ainsi la gamme sans alcool du brasseur aux côtés de La Goudale 0,0 % blonde, lancée en 2021, et de La Goudale 0,0 % citron, sortie en 2024.

Contenance : 6 x 25 cl PVC indicatif : 4,95 €



## Freez Crystal mise sur le ginger

La marque libanaise, accompagnée par Starwell, lance deux nouvelles références sur le marché français. Sous sa signature de premium mixer Freez Crystal, Freez propose ainsi une ginger ale et une ginger beer. De quoi se rattacher à l'univers de la mixologie.

Contenance : 20 cl  
PVC indicatif : 1,49 €



## Real Diffusion joue les super-héros

L'opérateur breton propose la marque espagnole Cream Heroes. Soit une gamme de crèmes de tequila aromatisées titrant 17° au look déjanté. Sept parfums existent : fraise, mangue, passion, pastèque, noix de coco, melon, café.

Contenance : 70 cl  
PVC indicatif : 16,90 €



## Wolfberger chasse le sucre

La coopérative alsacienne innove avec une cuvée de gewurztraminer sec contenant moins de 1 g/l de sucre résiduel. Inspiré du marché des pays de l'Est, ce vin incarne un profil moderne obtenu grâce à une fermentation complète des sucres à partir d'une vinification à basse température.

Contenance : 75 cl  
PVC indicatif : 7,50 €



# Nouveaux produits

## Ackerman renforce sa présence dans le muscadet



Le négociant ligérien a noué depuis 2024 un partenariat d'exploitation avec le château Cassemichère à la Chapelle-Heulin (44). En résulte cette cuvée de vin de domaine dédiée à la grande distribution, Le Loup Galant, en muscadet-sèvre-et-main-sur-lie.

Contenance : 75 cl  
PVC indicatif : 6,50 €

## Tête Haute pense aux sportifs

Cool Down est une IPA sans alcool à 0,5 % qui invite au retour au calme, après le sport par exemple. Produite par la brasserie engagée Tête Haute en Loire-Atlantique, elle est infusée avec des houblons mosaic et colombus pour un profil fruité et une amertume affirmée.

Contenance : 33 cl PVC indicatif : 3,50 €



## Leclerc joue sur les formats

**MDD** Le distributeur décline deux références phares du rayon sans alcool sur des petits conditionnements. Il s'agit de la boisson aux fruits tropical, désormais disponible en 6 x 33 cl, ainsi que du thé glacé pêche au format 4 x 50 cl. De quoi offrir plus de choix à marque propre aux consommateurs.

Contenances : 6 x 33 cl et 4 x 50 cl  
PVC constaté : 2,99 €



## Kasteel voit double sur le zéro

Après la déclinaison rouge en 2024, la marque emblématique de la brasserie Vanhonsbrouck étend sa gamme sans alcool avec deux nouvelles recettes : Rubus, à la framboise, et Tropical, aux fruits jaunes. Ces bières aromatisées aux fruits, au profil gustatif identique à leur pendant alcoolisé, permettent aux amateurs de profiter du goût de Kasteel sans alcool. Distribuées en France par Néodif, ces nouveautés sont disponibles en bouteille individuelle avec des visuels très similaires aux versions originales, mais se distinguent par l'affichage du 0,0 % ainsi qu'une pointe de bleu en bas à droite de l'étiquette et sur la capsule.

Contenance : 33 cl PVC indicatif : 2,50 €



## U fait des merveilles avec ses cocktails

**MDD** Le distributeur a dévoilé juste à temps pour le Dry January deux nouvelles gammes de cocktails prêt-à-boire sans alcool. La première s'appuie sur la marque à consonance italienne de U, Lorenzini, et comprend des spritz prêts à consommer à l'orange, au citron et à la fleur de sureau. La seconde gamme est signée Merveia et fait écho à plusieurs grands classiques du cocktail, à savoir un mojito, un gin tonic et un moscow mule. Le tout est proposé en bouteille de 20 cl en format de partage par quatre. Ces six innovations sont produites au Havre (76) par Slaur Sardet.

Contenance : 4 x 20 cl  
PVC constatés : 3,45 € pour la gamme Spritz et 3,50 € pour la gamme Merveia

## Miss Anaïs encore plus pétillante

Légère du groupe Chantovent, Miss Anaïs, succombe à la mode des vins effervescents. Elle étend en effet sa gamme aux bulles via un blanc de blancs 100 % chardonnay produit en vin de France. Pour jouer la synergie, elle se présente dans un flacon arrondi sur les épaules, similaire à la version d'origine. Miss Anaïs, dont les ventes ont atteint près de 2,5 millions de cols en 2025, a initialement été lancée dans deux couleurs, un rosé gris et un blanc d'IGP pays-d'oc. La signature a ensuite ajouté un blanc moelleux, gros manseng-sauvignon, à sa collection. Cette référence bascule cette année dans l'IGP cotes-de-gascogne. Chantovent va ainsi pouvoir s'appuyer sur la notoriété de cette gamme pour asseoir la bulle dans les rayons.

Contenance : 75 cl PVC indicatif : 7,50 €



# Nouveaux produits

## Intermarché se concentre sur le gingembre

**MDD** Les Mousquetaires se plient à la tendance des shots. À sa marque Paquito, le groupement d'indépendants vient de sortir deux recettes de ginger shot : gingembre-citron pour un goût vif ainsi que gingembre-ananas, pour une saveur plus douce avec une touche exotique. En format canette de 15 cl, ces jus entendent répondre aux attentes des consommateurs en quête de produits facile d'emploi et au caractère affirmé.

Contenance : 15 cl

PVC constaté :

0,72 €



## Les Ormes de Cambras passent au 0°

Grâce à son nouvel outil de désalcoolisation par distillation sous vide à basse température, le groupe Castel élargit son offre de vins sans alcool.

L'opérateur a choisi de décliner Les Ormes de Cambras, sa gamme de vin en IGP pays-d'oc cépage, signature nationale n° 2 en volume en grande distribution. La collection sans alcool comprend un blanc à base de sauvignon, un assemblage cinsault-syrah en rosé et un rouge en merlot. Les trois références sont produites en vin de France et adoptent un positionnement plus haut de gamme que la marque historique de vin à 0° de Castel, Grain d'Envie.

Contenance : 75 cl  
PVC indicatif : 4,40 €



## Beefeater a faim de zéro

L'une des marques phares du segment des gins se laisse tenter par le zéro degré cette année. Lancée dans un premier temps en Espagne, cette version 0,0 % de Beefeater a été proposée en France sur le circuit hors domicile à l'automne dernier. Elle a fait son apparition en grande distribution au mois de janvier, en exclusivité chez Carrefour. Cela vient grossir les rangs des alternatives sans alcool au gin, qui avait vu débarquer l'ambitieux Tanqueray au second semestre 2024. Beefeater 0,0 % se consomme de manière classique avec du tonic. Pernod Ricard France recommande de conserver le produit au frais une fois ouvert. Et ce, pendant deux mois maximum. Tout comme son concurrent Diageo, propriétaire de Tanqueray, l'opérateur français a fait le choix de proposer un prix légèrement plus bas que la version alcoolisée.

Contenance : 70 cl PVC indicatif : 14,90 €



## Auchan vieillit son pineau des Charentes

**MDD** Le distributeur propose désormais un vieux pineau des Charentes blanc. Celui-ci est produit par Puy Gaudin à Gémonzac (16) et titre 17°. Pour cette référence, Auchan a choisi une bouteille élancée qui diffère du flacon de la version classique. Contenance : 75 cl  
PVC constaté : 11,90 €



## Le Démon travaille son six pack

La bière du Démon débarque dans un format de partage, à savoir le pack de 6 x 25 cl. Cette recette produite depuis plus de 30 ans par la brasserie Goudale est devenue la cinquième référence en 33 cl dans la cave à bières en 2025 selon NielsenIQ.

Contenance : 6 x 25 cl  
PVC indicatif : 6,30 €



## Proxifoods retire le sucre des bubble teas

Proxifoods s'inscrit dans la mouvance de boissons responsables avec la première gamme de bubble teas ambients sans sucres. Elle se compose de quatre parfums : fraise-citron, pomme verte-citron, hibiscus-myrtille et mangue-fruit de la passion.

Contenance : 33 cl  
PVC indicatif : 2,99 €



# Nouveaux produits

## Kéfirade signe une ginger beer

Forte du succès rencontré par ses recettes de kéfir de fruit frais, la PME mayennaise l'Atelier du Ferment assoit son expertise de la fermentation en lançant une ginger beer. Artisanale, non pasteurisée, 100 % naturelle et biologique, elle est déployée sous marque Kéfirade pour la grande distribution. Contenances : 25 cl et 75 cl  
PVC indicatifs : 2,35 € et 4,45 €



## Neizhan honore la Loire

Neodif référence Neizhan, une gamme de bières élaborée par la Brasserie Nautile, installée à Rezé, près de Nantes (44). Inspirée par la Loire, cette signature revendique un ancrage territorial fort. Neizhan se décline en trois recettes, à savoir une blonde, une india pale ale ainsi qu'une triple. Contenances : 33 cl et 75 cl  
PVC indicatifs : 2,05 € et 4,70 €



## Univitis redonne de l'éclat au claret

La coopérative Univitis fait partie des premiers opérateurs à inaugurer l'AOP bordeaux claret, récemment remise au goût du jour. Baptisée Éclat de Rouge, cette cuvée est un vin rouge clair, léger, à servir modérément frais imaginé pour moderniser l'appellation bordelaise. Contenance : 75 cl  
PVC indicatif : 4,95 €



## Bonpas valorise les vieilles vignes de grenache

Ce côtes-du-rhône rouge signé Bonpas, marque de Boisset dans la vallée du Rhône, provient d'une sélection de vignes de grenache âgées de plus de 80 ans. Ce cépage phare du vignoble rhodanien a la particularité de donner des vins d'une grande finesse avec le temps, car ses racines arrivent à plonger en profondeur dans les sols pour s'alimenter en eau et en nutriments. Voilà une façon de découvrir l'appellation régionale sous une autre de ses facettes. La cuvée a déjà séduit certaines enseignes pour des opérations ponctuelles. Contenance : 75 cl PVC indicatif : 6,90 €



## Grands Chais de France fait confiance au whisky français

L'opérateur basé en Alsace lance une troisième marque sur le segment des whiskies français. Après Lothaire puis Légendaire, place donc à Paul Confident. Cette nouveauté est un blend titrant 40° élaboré en collaboration avec la distillerie Rozelieures située en Lorraine. « Cela s'inscrit dans la lignée des spiritueux français que nous proposons déjà avec la volonté, cette fois-ci, d'avoir un produit plus accessible », présente Perrine Corniquet, directrice du développement commercial à l'international des vins et spiritueux de Grands Chais de France. Contenance : 70 cl  
PVC indicatif : 18,90 €

## Monster mise sur le thé énergisant

Le numéro deux des energy-drinks en GMS, distribué par Coca-Cola Europacific Partners en France, a déployé une nouvelle gamme en avant-première chez Carrefour au cours de l'été dernier. Baptisée Monster Rehab, celle-ci comprend deux références élaborées à partir de thé et surfe sur les parfums phares de la catégorie des thés glacés : pêche et citron. Non pétillantes, les formules contiennent par ailleurs des vitamines et des électrolytes, pour favoriser une réhydratation rapide. Cette offre disruptive proposant une nouvelle promesse bénéficiera d'un vaste plan de soutien au cours de l'année. Contenance : 50 cl  
PVC indicatif : entre 1,50 € et 1,60 €

