

# Markt-Analyse: Erstes Quartal 2026 im Überblick – erste Erholungstendenzen im Getränkemarkt

## Analyse du marché: Aperçu du premier trimestre 2026 – premières tendances de reprise sur le marché des boissons



Pascal Homberger,  
DIGITALDRINK AG

**Nach einem schwachen Jahresstart setzt der März erste positive Impulse und deutet auf eine Stabilisierung hin. Welche Kanäle und Kategorien den Markt aktuell prägen und wo sich neue Wachstumsfelder abzeichnen, zeigt unsere Marktanalyse im Detail.**

Nach einem positiven Jahresabschluss 2025 mit +1.0% startet der Schweizer Getränkemarkt verhalten ins Jahr 2026. Besonders der Januar fällt mit -7.7% deutlich zurück, gefolgt von einem weiterhin schwachen Februar (-2.6%). Erst im März setzt mit +4.8% eine klare Gegenbewegung ein und verleiht dem Markt zum Quartalsende spürbar neue Impulse (v. Abb. 1).

Trotz dieser Entwicklung schliesst das erste Quartal mit -1.6% unter Vorjahr. Gleichzeitig deutet sich eine Stabilisierung an, getragen von einzelnen wachstumsstarken Kanälen und Kategorien, die im weiteren Jahresverlauf zunehmend an Bedeutung gewinnen dürften.

### **Gastronomie zum Jahresstart unter Druck**

Die Gastronomie startet schwach ins Jahr 2026 und liegt nach dem ersten Quartal mit -3.7% klar unter Vorjahr (s. Abb. 2). Besonders der Januar (-11.0%) und der Februar (-5.2%) belasten die Entwicklung, während der März mit +4.7% ein erstes positives Signal setzt. Die Verluste der Vormonate können damit je-

**Après un début d'année morose, le mois de mars apporte un premier élan positif et laisse entrevoir une stabilisation du marché des boissons. Notre analyse de marché montre en détails les canaux et les catégories marquant actuellement le marché, et où se dessinent les nouveaux secteurs de croissance.**

Après une clôture d'année 2025 positive avec +1.0%, le marché suisse des boissons démarre l'année 2026 sur une note modérée. C'est surtout le mois de janvier qui affiche un recul significatif, avec -7.7%, suivi d'un mois de février encore faible (-2.6%). C'est seulement en mars qu'un net rebond s'est amorcé, avec +4.8%, donnant une impulsion nouvelle et tangible au marché, en fin de trimestre (voir fig. 1).

Malgré cette évolution, le premier trimestre termine à la baisse, avec -1.6% par rapport à l'année précédente. Dans le même temps, une stabilisation se profile, portée par certains canaux et catégories à forte croissance, qui devraient gagner en importance au cours de l'année.

### **Restauration sous pression en début d'année**

La restauration démarre faiblement en 2026 et affiche, après le premier trimestre, un recul de -3.7% nettement en dessous de l'année précédente (voir fig. 2). Les mois de janvier (-11.0%) et février (-5.2%) pèsent sur l'évolution, tandis que mars,

**Gesamtentwicklung per Ende Q1 2026**

Kategorien: Wasser, AfG mit/ohne CO<sub>2</sub>, Säfte, funktionale Getränke und Bier | Mengen in (Millionen) Liter

**Évolution globale à la fin du 1<sup>er</sup> trimestre 2026**

Catégories : Eau minérale, boissons sans alcool avec ou sans CO<sub>2</sub>, jus, boissons fonctionnelles et bières | quantités en (millions de) litres

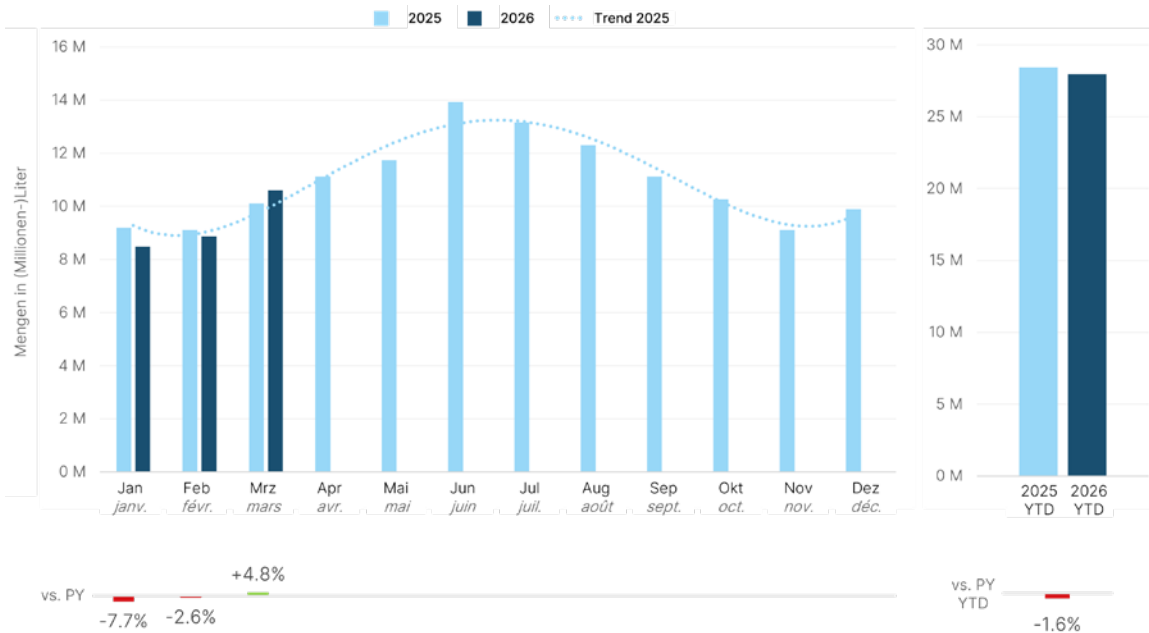


Abbildung 1: Verhaltener Start, Erholung im März – Q1 leicht unter Vorjahr

Figure 1 : Début d'année en demi-teinte, avec une reprise en mars – 1<sup>er</sup> trimestre légèrement en dessous de l'année précédente

doch noch nicht kompensiert werden, sodass der Kanal hinter dem Gesamtmarkt (-1.6%) zurückbleibt.

Auch der Marktanteil sinkt auf 45.2% (-0.9 Prozentpunkte), was die weiterhin anspruchsvolle Situation im Ausser-Haus-Konsum unterstreicht (s. Abb. 3). Während funktionale Getränke mit +5.0% weiter wachsen, entwickeln sich die meisten Kategorien rückläufig. Wasser zeigt sich mit -1.7% vergleichsweise stabil, während insbesondere stille Erfrischungsgetränke (-10.1%) und karbonisierte Varianten (-6.0%) deutlich unter Druck stehen. Auch Bier bleibt mit -4.3% rückläufig.

Insgesamt deutet der positive März jedoch darauf hin, dass sich die Nachfrage in der Gastronomie schrittweise stabilisieren könnte.

**At Work bleibt stabil trotz leichtem Rückgang**

Der At-Work-Kanal entwickelt sich im ersten Quartal 2026 mit -1.7% weitgehend im Gleichschritt mit dem Gesamtmarkt. Nach einem schwachen Januar (-8.8%) und einem verhaltenen Februar (-1.6%) sorgt der März mit +5.1% für eine spürbare Stabilisierung.

Der Marktanteil bleibt mit 13.7% konstant und unterstreicht die stabile Rolle dieses Kanals. Während Bier (+1.5%) und funktionale Getränke (+0.1%) leicht wachsen, verzeichnet Mineralwasser (-0.7%)

avec +4.7%, envoie un premier signal positif. Les pertes des mois précédents ne peuvent toutefois pas encore être compensées, de sorte que ce canal de distribution reste à la traîne, par rapport à l'ensemble du marché (-1.6%).

La part de marché diminue, elle aussi, pour atteindre 45.2% (-0.9 point de pourcentage), ce qui souligne la situation toujours difficile de la consommation hors domicile (voir fig. 1). Alors que les boissons fonctionnelles continuent de progresser (+5.0%), la plupart des catégories sont en recul. L'eau minérale, avec -1.7%, affiche comparativement une stabilité, alors que ce sont surtout les boissons rafraichissantes non gazeuses (-10.1%) et les variantes gazeuses (-6.0%) qui se retrouvent nettement sous pression. La bière continue aussi de reculer, avec une baisse de -4.3%.

Dans l'ensemble, les résultats positifs enregistrés en mars laissent toutefois penser, que la demande dans la restauration pourrait se stabiliser progressivement.

**At Work reste stable malgré un léger recul**

Le canal At-Work, avec -1.7%, évolue globalement au même rythme que l'ensemble du marché, au cours du premier trimestre 2026. Après un mois de janvier morose (-8.8%) et un mois de février en légère baisse (-1.6%), le mois de mars affiche une stabilisation notable avec une hausse de +5.1%.

einen leichten Rückgang. Deutlich unter Druck bleiben die Süssgetränke, insbesondere stille Varianten (-12.4%) sowie karbonisierte Getränke (-5.4%).

### Gesundheitswesen bleibt klar auf Wachstumskurs

Das Gesundheitswesen setzt seinen positiven Trend auch im ersten Quartal 2026 fort und wächst mit +3.1% deutlich stärker als der Gesamtmarkt. Nach einem nur leichten Rückgang im Januar (-2.1%) gewinnt der Kanal bereits im Februar (+3.9%) an Dynamik und legt im März mit +7.3% nochmals deutlich zu.

Der Marktanteil steigt auf 9.3% (+0.5 Prozentpunkte) und unterstreicht die zunehmende Bedeutung dieses stabilen Wachstumstreibers.

Wasser wächst mit +3.3% überdurchschnittlich, während funktionale Getränke mit +18.5% besonders dynamisch zulegen, wenn auch auf kleinerem Volumen. Weitere zentrale Kategorien wie unvergorene Säfte (+0.7%) und karbonisierte Süssgetränke (-0.1%) bewegen sich nahe am Vorjahresniveau.

### Getränkemarkte gewinnen weiter an Bedeutung

Die Getränkemarkte zählen im ersten Quartal 2026 zu den klaren Gewinnern und wachsen mit +3.6% deutlich über dem Gesamtmarkt. Nach einem soliden Januar (+2.3%) und einem stabilen

La part de marché reste constante à 13.7%, ce qui souligne le rôle stable de ce canal de distribution. Alors que la bière (+1.5%) et les boissons fonctionnelles (+0.1%) progressent légèrement, l'eau minérale affiche un léger recul (-0.7%). Les boissons sucrées restent sous pression, en particulier les variantes non gazeuses (-12.4%) et les boissons gazeuses (-5.4%).

### Le secteur de la santé maintient son cap de croissance

Au cours du premier trimestre 2026, le secteur de la santé poursuit sa tendance positive et affiche, avec +3.1%, une croissance nettement supérieure à celle de l'ensemble du marché. Après un léger recul en janvier (-2.1%), ce canal a déjà repris de la vigueur en février (+3.9%) et a encore nettement progressé en mars (+7.3%).

La part de marché atteint 9.3% (+0.5 point de pourcentage), soulignant le rôle de plus en plus important de ce moteur de croissance stable.

L'eau minérale, avec (+3.3%), affiche une croissance supérieure à la moyenne, tandis que les boissons fonctionnelles connaissent une croissance particulièrement dynamique, avec +18.5%, même si les volumes sont plus modestes. Les autres catégories principales, comme les jus non fermentés (+0.7%) et les boissons sucrées gazeuses (-0.1%) se situent à un niveau proche de celui de l'année précédente.

#### Entwicklung Gesamtabsatz nach Vertriebskanal

Kategorien: Wasser, AfG mit/ohne CO<sub>2</sub>, Säfte, funktionale Getränke und Bier | Mengen in (Millionen) Liter

#### Évolution de l'ensemble des ventes par canal de distribution

Catégories: Eau minérale, boissons sans alcool avec ou sans CO<sub>2</sub>, jus, boissons fonctionnelles et bières | quantités en (millions de) litres

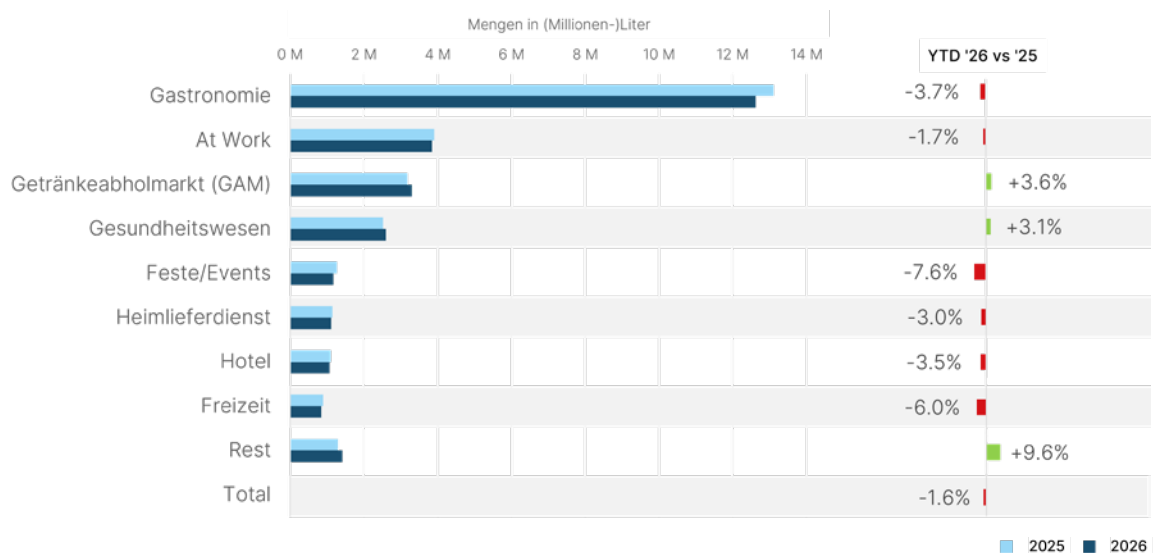
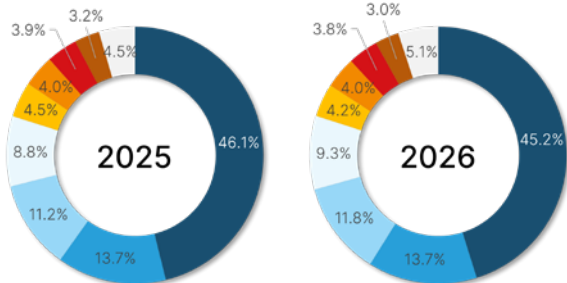


Abbildung 2: Gesundheitswesen und Fachmärkte wachsen, Gastronomie rückläufig

Figure 2: Le secteur de la santé et les magasins spécialisés progressent, la restauration recule.

**Absatzanteil am Gesamtmarkt pro Vertriebskanal**

Kategorien: Wasser, AfG mit/ohne CO<sub>2</sub>, Säfte, funktionale Getränke und Bier | Anteile basierend auf Mengen in Liter



**Part des ventes sur l'ensemble du marché par canal de distribution**

Catégories : Eau minérale, boissons sans alcool avec ou sans CO<sub>2</sub>, jus, boissons fonctionnelles et bières | parts basées sur des quantités en litres

	YTD '26 vs '25
Gastronomie <i>Restauration</i>	-1.0pp
At Work <i>At Work</i>	-0.0pp
Getränkemarkt (GAM) <i>Magasin du boisson en libre-service</i>	+0.6pp
Gesundheitswesen <i>Santé publique</i>	+0.4pp
Feste / Events <i>Fêtes / événements</i>	-0.3pp
Heimlieferdienst <i>Livraisons à domicile</i>	-0.1pp
Hotel <i>Hôtel</i>	-0.1pp
Freizeit <i>Loisir</i>	-0.1pp
Rest <i>Reste</i>	+0.5pp

Abbildung 3: Getränkemarkt und Gesundheitswesen legen anteilmässig zu

Figure 3: Les magasins de boissons spécialisés et le secteur de la santé progressent proportionnellement.

Februar (-0.1%) setzt insbesondere der März mit +7.9% ein starkes Zeichen.

Der Marktanteil steigt auf 11.8% (+0.6 Prozentpunkte) und unterstreicht die wachsende Relevanz dieses Kanals.

Haupttreiber bleibt Mineralwasser mit einem kräftigen Plus von 9.8%. Während sprudelnde Süssgetränke mit -0.2% nahezu stabil bleiben, zeigt sich der Bierabsatz mit -4.7% weiter unter Druck. Bisher konnte der Kanal in diesem Jahr vom positiven Trend der funktionalen Getränke nicht profitieren, verzeichnet mit -4.7% einen deutlichen Rückgang und liegt damit klar unter dem Gesamtmarkt.

**Heimlieferdienste starten verhalten ins Jahr**

Die Heimlieferdienste können an das starke Vorjahr (+9.4%) im ersten Quartal 2026 nicht anknüpfen und liegen mit -3.0% unter dem Gesamtmarkt. Nach deutlichen Rückgängen im Januar (-9.4%) und im Februar (-4.6%) sorgt der März mit +4.7% zwar für eine leichte Erholung, kann die Rückgänge zu Jahresbeginn jedoch nicht vollständig ausgleichen

Der Marktanteil bleibt mit 4.0% stabil und zeigt, dass sich der Kanal trotz rückläufiger Dynamik weiterhin etabliert. Auffällig ist insbesondere die Entwicklung bei Mineralwasser, das mit -2.2% hinter dem Gesamtmarkt zurückbleibt, nachdem es im Vorjahr noch ein zentraler Wachstumstreiber war. Auch Bier (-2.7%) und karbonisierte Süssgetränke (-8.6%) entwickeln sich rückläufig.

**Les magasins de boissons spécialisés continuent de gagner en importance**

Les magasins de boissons spécialisés figurent parmi les grands gagnants du premier trimestre 2026 et affichent, avec +3.6%, une croissance nettement supérieure à celle de l'ensemble du marché. Après un solide mois de janvier (+2.3%) et un mois de février stable (-0.1%), c'est surtout le mois de mars qui se démarque par une forte progression de +7.9%.

La part de marché augmente à 11.8% (+0.6 point de pourcentage), soulignant l'importance croissante de ce canal de distribution.

Le moteur principal reste l'eau minérale avec une forte hausse de +9.8%. Pendant que les boissons sucrées pétillantes restent, avec -0.2%, pratiquement stables, la vente de bière, avec -4.7%, continue d'être sous pression. Jusqu'à présent, ce canal n'a pas pu profiter de la tendance positive observée cette année, dans les boissons fonctionnelles; il affiche en effet un recul significatif de -4.7%, qui le place ainsi nettement en dessous de l'ensemble du marché.

**Les livraisons à domicile ont démarré en demi-teinte**

Au premier trimestre 2026, les livraisons à domicile n'ont pas réussi à renouer avec la forte croissance de l'année précédente (+9.4%), et se positionnent, avec -3.0%, en dessous de l'ensemble du marché. Après des baisses significatives en janvier (-9.4%) et février (-4.6%), le mois de mars affiche certes, avec +4.7%, une légère reprise, mais cela ne suffit

Leichte Wachstumsimpulse kommen von funktionalen Getränken (+3.2%) und vergorenen Säften (+2.8%), die jedoch weiterhin auf vergleichsweise kleinem Volumen basieren. Insgesamt deutet sich an, dass sich der private Konsum nach dem starken Vorjahr zunächst normalisiert.

#### Wasser bleibt verlässlicher Wachstumstreiber

Mineralwasser bestätigt auch im ersten Quartal 2026 seine Rolle als wichtigste Stütze des Marktes und wächst mit +0.7% als einzige grosse Kategorie gegen den Gesamttrend (s. Abb. 4). Nach einem schwächeren Jahresstart im Januar (-5.0%) und im Februar (-0.7%) sorgt der März mit +7.1% für eine deutliche Belebung und führt insgesamt zu einem positiven Quartal.

Der Marktanteil steigt auf 49.7% (+1.1 Prozentpunkte) und unterstreicht die weiterhin zentrale Rolle der Kategorie (s. Abb. 5). Besonders starke Impulse kommen aus den Getränkefachmärkten (+9.8%) sowie dem Gesundheitswesen, während Gastronomie (-1.7%) und At Work (-0.7%) leicht rückläufig bleiben.

Innerhalb der Kategorie entwickeln sich stille Wasser mit +2.2% klar positiv, während sprudelnde

pas à compenser entièrement les baisses enregistrées en début d'année.

La part de marché reste stable à 4.0%, ce qui montre que le canal continue de s'imposer malgré un ralentissement de sa dynamique. L'évolution de l'eau minérale est particulièrement frappante, avec une baisse de -2.2% qui la met à la traîne derrière l'ensemble du marché, alors que l'année dernière encore, elle était un moteur principal de croissance. Les ventes de bière (-2.7%) et de boissons sucrées gazeuses (-8.6%) sont également en baisse.

De légères reprises de croissance proviennent des boissons fonctionnelles (+3.2%) et des jus fermentés (+2.8%), qui reposent toutefois sur des petits volumes comparativement. Dans l'ensemble, les premiers signes indiquent une normalisation de la consommation privée après la forte progression de l'année précédente.

#### L'eau minérale reste un moteur de croissance fiable

Au premier trimestre 2026, l'eau minérale confirme aussi son rôle de pilier principal du marché et, avec une croissance de +0.7%, reste la seule grande catégorie à aller à contre-courant de la tendance générale.

## BIRRA MORETTI ZERO 0.0% Jetzt neu in der Mehrwegflasche

- ✓ Nachhaltiger
- ✓ Kein Entsorgungsaufwand
- ✓ Bessere Marge



Varianten mit  $-0.8\%$  leicht an Volumen verlieren. Auch bei den Verpackungen setzt sich der Trend fort: PET wächst um  $+2.4\%$  und erreicht einen Anteil von  $54\%$ , während Glas mit  $-1.2\%$  leicht rückläufig ist und bei  $45\%$  liegt.

#### Süßgetränke bleiben deutlich unter Druck

Der Abwärtstrend bei Süßgetränken setzt sich auch im ersten Quartal 2026 fort. Mit einem Rückgang von  $-5.2\%$  entwickelt sich die Kategorie deutlich schwächer als der Gesamtmarkt ( $-1.6\%$ ). Nach einem sehr schwachen Januar ( $-12.1\%$ ) und dem ebenfalls durchgezogenen Februar ( $-5.4\%$ ) bringt der März mit  $+1.6\%$  lediglich eine leichte Stabilisierung.

Der Marktanteil sinkt weiter auf  $19.2\%$  ( $-0.8$  Prozentpunkte) und fällt damit unter die Marke von  $20\%$ . Karbonisierte Süßgetränke, die im Vorjahr noch nahezu stabil waren, verzeichnen aktuell ein Minus von  $-4.7\%$ , wobei Cola-Varianten mit  $-2.6\%$  vergleichsweise stabil bleiben. Auffällig ist zudem die stärkere Abnahme bei PET-Flaschen ( $-6.4\%$ ) im Vergleich zu Glas ( $-3.4\%$ ).

Noch deutlicher zeigt sich der Rückgang bei den stillen Varianten: Diese verlieren insgesamt  $-8.6\%$ ,

rale (voir fig. 4). Après un début d'année plus faible en janvier ( $-5.0\%$ ) et en février ( $-0.7\%$ ), le mois de mars affiche une nette reprise avec  $+7.1\%$ , ce qui se traduit par un trimestre globalement positif.

La part de marché atteint  $49.7\%$  ( $+1.1$  point de pourcentage), ce qui souligne le rôle principal que continue de jouer cette catégorie (voir fig. 5). Des impulsions particulièrement fortes proviennent des magasins de boissons spécialisés ( $+9.8\%$ ) ainsi que du secteur de la santé, pendant que la restauration ( $-1.7\%$ ) et At Work ( $-0.7\%$ ) continuent de baisser légèrement.

Au sein de cette catégorie, on observe une évolution nettement positive des eaux minérales plates, avec  $+2.2\%$ , alors que les variantes pétillantes perdent légèrement en volume, avec  $-0.8\%$ . La tendance actuelle se poursuit aussi pour les emballages: Le PET progresse de  $+2.4\%$  et atteint une part de  $54\%$ , tandis que le verre recule légèrement de  $-1.2\%$  pour s'établir à  $45\%$ .

#### Les boissons sucrées restent nettement sous pression

La tendance à la baisse des boissons sucrées s'est aussi poursuivie durant le premier trimestre



ALKOHOLFREI SEIT 1954

# RIMUSS

Prickeln für alle.

Ob trocken oder  
süß: Vielfalt, die  
begeistert.



wobei insbesondere Eistees weiterhin stark unter Druck stehen. Der Konsum über Glas (-11.2%) geht dabei stärker zurück als über PET (-8.5%), das mit über 82% weiterhin den Grossteil des Volumens ausmacht.

### Funktionale Getränke wachsen dynamisch weiter

Funktionale Getränke konnten den Startschwierigkeiten ins neue Jahr trotzen und im Verlauf des Quartals kontinuierlich zulegen. Nach einem leicht rückläufigen Januar (-0.7%) und einem positiven Februar (+2.5%) setzt insbesondere der März mit +9.8% ein starkes Ausrufezeichen.

Damit liegt die Kategorie per Ende des ersten Quartals bei +3.9% und zählt weiterhin zu den klaren Gewinnern im Marktumfeld, deutlich über dem Gesamtmarkt (-1.6%). Mit 2.8% liegt der Absatzanteil dieser Kategorie mittlerweile höher als jener der stillen Süssgetränke.

Getrieben wird das Wachstum vor allem durch Wellness-Wasser (+18.6%), während Energy-Drinks mit -6.3% rückläufig sind. Dadurch zeigt sich auch bei den Verpackungen eine Verschiebung hin zu PET (+18.1%) im Vergleich zu Alu-Dosen (-3.7%).

### Bier bleibt zum Jahresstart unter Druck

Der Bierkonsum litt zu Jahresbeginn deutlich und konnte im März mit +1.6% nicht im gleichen Ausmass vom positiven Gesamttrend profitieren. Entsprechend bleibt die Kategorie mit -3.5% im

2026. Avec une baisse de -5.2%, cette catégorie affiche une performance nettement inférieure à celle du marché global (-1.6%). Après des mois de janvier (-12.1%) et février (-5.4%) très faibles, le mois de mars n'apporte, avec +1.6%, qu'une légère stabilisation.

La part de marché continue de baisser pour s'établir à 19.2% (-0.8 point de pourcentage), passant ainsi sous la barre des 20%. Les boissons sucrées gazeuses, qui étaient presque stables l'année précédente, affichent actuellement une baisse de -4.7%, les variantes de cola restant, avec -2.6%, comparativement stable. Il est en outre frappant de constater la baisse plus forte des bouteilles en PET (-6.4%) par rapport à celles en verre (-3.4%).

La baisse des variantes non gazeuses est, quant à elle, encore plus marquée: Ces dernières enregistrent une baisse globale de -8.6%, les Ice Tea continuant de rester soumis à une forte pression. La consommation de bouteilles en verre (-11.2%) recule davantage que celle en PET (-8.5%), qui continue de représenter la majeure partie du volume, avec plus de 82%.

### Les boissons fonctionnelles continuent leur croissance dynamique

Les boissons fonctionnelles ont pu surmonter les difficultés rencontrées en début d'année et ont progressé de manière constante au cours du trimestre. Après un mois de janvier légèrement en recul (-0.7%) et un mois de février positif (+2.5%),

Entwicklung Gesamtabsatz nach Kategorie  
Mengen in (Millionen) Liter

Évolution de l'ensemble des ventes par catégorie  
Quantité en (millions de) litres

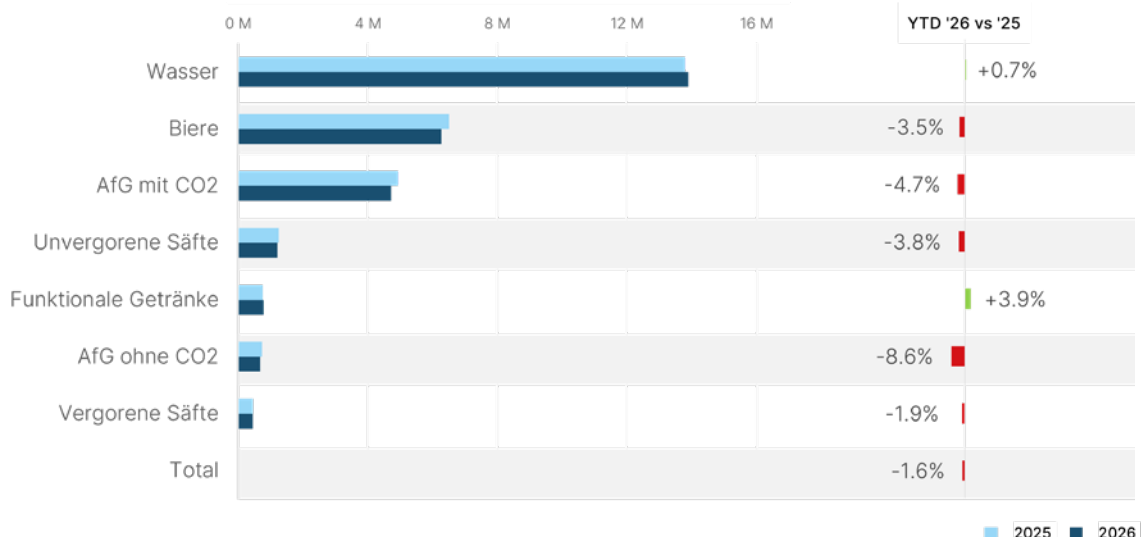


Abbildung 4:  
Mineralwasser trägt den Markt, übrige Kategorien unter Druck

Figure 4:  
L'eau minérale porte le marché, tandis que les autres catégories sont sous pression.

**Absatzanteil am Gesamtmarkt pro Kategorie**

Anteile basierend auf Mengen in Liter

**Part des ventes sur l'ensemble du marché, par catégorie**

Parts basées sur des quantités en litres

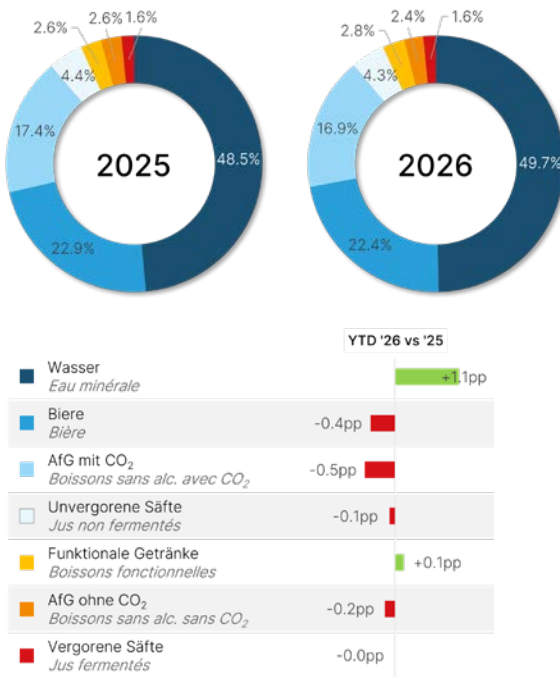


Abbildung 5: Deutliche Verschiebungen zugunsten von Wasser  
Figure 5: Des mouvements significatifs en faveur de l'eau minérale

ersten Quartal klar unter Druck und entwickelt sich schwächer als der Gesamtmarkt.

Der Rückgang zeigt sich über alle drei absatzstärksten Vertriebskanäle hinweg und führt zu einem Verlust beim Marktanteil auf 22.4% (-0.5 Prozentpunkte).

Besonders Schweizer Spezialbiere stehen mit -9.3% stark unter Druck, während Schweizer Lagerbiere (-3.8%) ebenfalls nachgeben. Internationale Lagerbiere entwickeln sich mit -0.8% vergleichsweise stabil.

Auch bei den Verpackungen bleibt das Bild rückläufig: Glas (-2.7%) und Dosen (-2.5%) verlieren moderat, während Tankbier mit -5.5% stärker betroffen ist. Insgesamt bestätigt sich damit der anhaltende Anpassungsprozess im Biermarkt.

**Ausblick auf die kommenden Monate**

Der Markt bewegt sich nach einem schwachen ersten Quartal in Richtung Stabilisierung. Getragen von einzelnen Wachstumstreibern spricht vieles für eine vorsichtige Erholung im weiteren Jahresverlauf.

c'est surtout le mois de mars qui se démarque avec une forte progression de +9.8%.

Ainsi à la fin du premier trimestre, la catégorie affiche une croissance de +3.9% et figure toujours parmi les grands gagnants du marché, en étant nettement au-dessus de l'ensemble du marché (-1.6%). Avec 2.8%, la part de vente de cette catégorie est désormais supérieure à celle des boissons sucrées non gazeuses.

Cette croissance est principalement générée par les eaux aromatisées, ou Wellness (+18.6%), tandis que les boissons énergisantes sont en recul, avec -6.3%. Ainsi, on observe, pour les emballages aussi, une tendance à privilégier le PET (+18.1%) par rapport aux canettes en aluminium (-3.7%).

**La vente de bière reste sous pression en ce début d'année**

La consommation de bière a beaucoup souffert en début d'année et, avec +1.6% au mois de mars, elle n'a pas pu profiter dans une même mesure de la tendance positive généralisée. En conséquence, cette catégorie reste clairement sous pression au premier trimestre, avec une baisse de -3.5%, et évolue plus faiblement que l'ensemble du marché.

On constate ce recul dans les trois canaux de distribution les plus importants, et cela entraîne une perte de part de marché qui diminue à 22.4% (-0.5 point de pourcentage).

Les bières spéciales suisses sont particulièrement sous pression (-9.3%), pendant que les bières Lager suisses (-3.8%) cèdent également du terrain. Comparativement, les bières Lager internationales affichent une évolution stable avec -0.8%.

Du côté du conditionnement, la tendance reste également à la baisse: le verre (-2.7%) et les canettes (-2.5%) enregistrent des baisses modérées, tandis que la bière en fût est plus fortement touchée, avec -5.5%. Dans l'ensemble, la poursuite du processus d'ajustement sur le marché de la bière se confirme.

**Perspectives pour les mois à venir**

Après un premier trimestre morose, le marché s'oriente vers une stabilisation. Beaucoup de signes penchent en faveur d'une reprise prudente, pour le reste de l'année, portée par différents moteurs de croissance.