

Gallia : un modèle d'innovation brassicole, porté par la stratégie de HEINEKEN France

À Pantin, Gallia cultive un modèle qui associe expérimentation brassicole et proximité avec les consommateurs. Sept ans après son rapprochement avec HEINEKEN, la marque poursuit son développement avec une ambition : devenir la référence des bières modernes et créatives en France.

Gallia : un modèle de brasserie expérimentale préservé, renforcé par le soutien d'un leader, pour renouveler les codes de la bière

Leader du marché français de la bière, HEINEKEN s'appuie sur la complémentarité de son portefeuille pour accompagner l'évolution des attentes des consommateurs. Parmi sa vingtaine de marques, Gallia occupe une place particulière.

Héritière d'une histoire parisienne débutée en 1890 et réinventée en 2008, elle associe depuis 2019 l'agilité créative d'une brasserie expérimentale au soutien industriel et commercial du groupe HEINEKEN, pour offrir les innovations Gallia à l'échelle nationale.

Cette dynamique accompagne la progression de Gallia, notamment sur le segment des IPA. En 2025, la marque figure parmi les 10 premières marques de bière en volume en consommation hors domicile (CHD) et occupe la première place sur le segment des IPA dans ce circuit. En 2026, elle poursuit sa progression, avec une part de marché en volume en CHD de 2,4 %, en hausse de 0,2 point depuis le début de l'année.

Pantin, un laboratoire d'innovation brassicole au contact des consommateurs

Véritable terrain d'expérimentation, la brasserie dispose d'un site de 6 000 m^2 réunissant 19 collaborateurs qui produisent chaque année entre 20 et 30 brassins éphémères et testent une quinzaine d'innovations. Sous l'impulsion de son maître-brasseur, les équipes explorent de nouvelles associations d'ingrédients, de saveurs et de styles.

Les recettes sont brassées en petites séries, avant d'être proposées à la dégustation dans la taproom* et dans les établissements partenaires. Les retours recueillis permettent ensuite de les faire évoluer.

Certaines créations peuvent ainsi passer à une production et une commercialisation nationale, à l'image de Pantincific, référence lancée en 2026 sur le circuit hors domicile et d'East Machine, lancée sur le circuit GMS. Cette dynamique se poursuit avec de nouvelles pistes d'innovation pour 2027.

De Pantin aux grandes villes françaises, une marque ancrée dans la proximité

Avec près de 93 000 visiteurs cette année, la brasserie de Pantin s'affirme comme un véritable lieu d'échange et de découverte de la culture brassicole. Installée dans une ancienne chaudronnerie, elle accueille une centaine de visites guidées par an. Sa taproom* propose une vingtaine de références à la pression, une offre de restauration et une programmation événementielle tout au long de l'année, rythmée notamment par le Hot Sauce Festival en septembre et Hop'ktoberfest en octobre.

Forte de cet ancrage, Gallia entend poursuivre son développement à Paris et en Île-de-France, et aussi dans les grandes villes françaises, comme Rennes, Lyon et Nantes.

GALLIA EN QUELQUES CHIFFRES

- **1890** : naissance de la bière Gallia à Paris, avant sa renaissance en 2008.
- **2019** : rapprochement avec HEINEKEN France.
- **6 000 m² de superficie, 19 collaborateurs** basés à Pantin.
- **Environ 15 innovations** testées chaque année.
- **N° 1 des IPA sur le circuit Hors Domicile (CHD)** en France en 2025.
- **4 100 points de vente partenaires (CHD)** en France en 2026, vs. 200 en 2019.
- **2,4 % de part de marché CHD (vol)** en 2026, +0,2 pt depuis le début de l'année.
- **+ 12 % de croissance en grande distribution** à fin octobre 2026, par rapport à la même période en 2025.

Sources : GIRA 2025 ; données HEINEKEN France YTD P7 2026, sell-in.

**taproom : espace de dégustation aménagé directement au sein d'un lieu de production.*

HEINEKEN



Document réservé aux professionnels
L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.
À consommer avec modération