

SUIVI DES VENTES DE VINS TRANQUILLES EN FRANCE SUR LE CIRCUIT DE LA DISTRIBUTION - BILAN A MI ANNEE 2016

Sauf indication contraire, les chiffres annoncés sont arrêtés à mi-année 2016 et les tendances en comparaison à la mi-année 2015.

FAITS MARQUANTS DES PGC SUR LES CIRCUITS

Tous circuits confondus¹, la croissance semble arrêtée depuis le début d'année 2016. En effet, si les ventes en valeur progressent de 0,6%, les ventes en volume régressent de 0,5 %. Ces chiffres sont à mettre au regard d'une croissance de 2% en chiffre d'affaires et de 0,5% en volume sur les 5 dernières années (2001-2015).

Seuls les circuits de la proximité (Proxi) et du e-commerce progressent en valeur. La dynamique du e-commerce est portée uniquement par l'ouverture de nouvelles unités essentiellement chez les enseignes Intermarché et Carrefour. En revanche, le Proxi profite à la fois du développement de son parc de magasin et d'une vraie attractivité auprès des consommateurs. Son CA global est en croissance de 6,7%.

L'effet météo désastreux du début 2016 explique seul ces mauvaises performances. Il est à relativiser face à un printemps 2015 particulièrement beau et chaud.

Au-delà de cet effet conjoncturel, sur les 7 premiers mois de l'année, la déflation sur les prix est de -1,1% (vs -1,2% en 2015 et -1,3% en 2014) et la valorisation du CA grâce à la vente de produits mieux valorisés de +1,7%. Dans ce contexte, les MDD continuent le recul toutes catégories confondues avec une part de marché (PDM) de 27,1% (-0,6 points vs 2015), au profit essentiellement des catégories de produit premium.

LE MARCHÉ DES VINS TRANQUILLES SUR L'UNIVERS DE LA GRANDE DISTRIBUTION

A mi-année 2016, sur l'ensemble des circuits de vente, le recul de la vente de vins tranquilles s'accroît. Il est de -1,4% par rapport à la même période en 2015 pour s'établir à 11,1 millions d'hl. En valeur, la valorisation continue (+1,2%) et se monte à 4,7 milliards d'€.

¹ Hypers et supers marchés, Hard Discount, E-commerce et Proximité

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE EN FRANCE - CHIFFRES 2015

€ CHIFFRE D'AFFAIRE PGC 2015
107,2 MILLIARDS D'EUROS

DISTRIBUTION EN CA



UNIVERS ET EVOLUTION



GRANDS GROUPES EN % DU CA



LES MDD
REPRESENTENT
34% DU CA
DES PGC

-1,2%
INFLATION
DES PGC

SOURCE : IRI CHIFFRES CLES 2016

CHIFFRE D'AFFAIRES P062016 DES LIQUIDES EN HM + SM

HM + SM	PDM CA %	EVOLUTION VS P062015 %
VINS TRANQUILLES	22,8	+1,2
ALCOOLS	16,8	+1,9
BIERES	12,8	+5,3
BRSA NON GAZEUSES	12,1	+0,1
EAUX	9,7	+0,2
BRSA GAZEUSES	9,2	-2,0
MOUSSEUX ET CHAMPAGNE	7,8	+2,5
CIDRES	0,6	-2,3



Cette valorisation des vins tranquilles caractérisée par une hausse de 2,8% des prix des vins tranquilles s'effectue malgré la baisse des segments les plus valorisés. Elle masque une dégradation du mix des segments qui continue au profit des IGP standards et Vins sans indications géographiques de l'Union Européenne et étrangers.

PROMOTION – Dans la continuité de la tendance de 2015, les volumes de vins tranquilles vendus hors promotion reculent (-2,1%) et les volumes promotionnels progressent de 1,2%. Les volumes de vins tranquilles vendus en promotion représentent 17,9%. En comparaison, ils représentent 13,7% du total PGC, 14,5% du total liquides et 19,5% des ventes de vins effervescents.

VISIBILITE DES VINS TRANQUILLES – Les vins tranquilles perdent en visibilité en linéaire par magasin (-0,7m en hyper marché vs P062015) au profit des bières et des boissons rafraichissantes non gazeuses. En revanche, le linéaire des vins tranquilles dégage 6% de CA de plus que la moyenne des liquides.

CONDITIONNEMENT - Le format BIB continue de gagner des PDM volume (+1,3 point) aux dépends notamment du 75 cl. La croissance du BIB est transversale sur tous les segments, les couleurs et les vignobles. Le BIB représente désormais 38 % des volumes.

SEGMENTATION PAR COULEUR - A fin juin 2016, les vins rouges, qui représentent 51,6% du volume des vins tranquilles perdent 2,9% en volume mais progresse de 0,4% en CA. Les rosés gagent du terrain et progressent de 2,1 en CA et restent stables à +0,1% en volume. Ils représentent 30,7% des vins vendus. Enfin, les vins blancs progressent en valeur +2% et régressent légèrement en volume - 0,2%. Ils représentent 17,7% des volumes vendus.

EVOLUTION PAR SEGMENT – Les AOP résistent bien à court terme. La poussée des vins étrangers via les vins sans indications géographiques étrangers se faisant aux dépends des IGP de cépage et des Vins sans indication géographique de France.

LEXIQUE

P6/2016 : Données arrêtées au 19 juin 2016 pour les vins tranquilles

PGC : Produits Grande Consommation

BRSA : Boissons rafraichissantes Sans Alcools

HM/SM : Hyper et Super Marché

HD : Hard Discount français. Le panel IRI France VT ne suit pas l'univers du HD allemand

MDD : Marques de Distributeurs

CHIFFRES CLÉS 2015 GRANDE DISTRIBUTION

107 MILLIARDS D'€ CA PGC EN 2015

+0,5% VENTES VOLUME +1,2% CHIFFRE D'AFFAIRES

PART DE MARCHÉ PAR RAYON ET EVOLUTION EN CA



VENTE DE VINS EFFERVESCENTS

1,4 Milliards d'€

173 Millions de bouteilles (eq 75 cl)

+2,2 % de CA en 2015

24,2 % Volumes sous promo

64 % du CA pour le marché des Champagne
Circuits de vente en volume



89% 10% 1%

+26 % de hausse pour les vins étrangers qui représentent 7 % des volumes en 2015

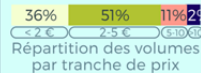
VENTE DE VINS TRANQUILLES

4,4 Milliards d'€

1 400 Millions de bouteilles (eq 75 cl)

17,6 % Volumes sous promo

3,30 € Prix moyen



Répartition des volumes par tranche de prix



94% 5% 1%

Volumes par couleur



38 % Des volumes vendus en BIB

Source: Panel IRI Données 2015 arrêtées au 03/01/2016

PDM DES SEGMENTS A P062016

	PDM VOLUME	PDM VALEUR
Vins étrangers	6,7%	3,5%
AOP Françaises	48,3%	68,7%
IGP Cépages	19,9%	13,8%
IGP Standard	11,4%	7,6%
Vin de France	13,6%	6,4%

