

TENDANCES DE VENTE SUR LE CIRCUIT DE LA GRANDE DISTRIBUTION ET
SUIVI DES VENTES DE VINS TRANQUILLES ET EFFERVESCENTS

ANNEE 2017

FAITS MARQUANTS SUR LES TENDANCES DES PRODUITS DE
GRANDE CONSOMMATION TOUS CIRCUITS CONFONDUS

L'année 2017 poursuit la tendance de 2016 sur les produits de grande consommation (PGC). Le volume est en stable avec un chiffre d'affaires (CA) qui progresse de 1,6 %, se rapprochant de la moyenne de 2,1 % en moyenne entre 2008 et 2015.

Fait marquant la déflation s'arrête après trois ans de baisse signe de guerre des prix. La valorisation quant à elle continue et progresse de 1,6 %. Elle est le reflet d'une montée en gamme des achats sur les catégories de produits via la montée des produits bio, des marques nationales et des petits formats.

Parallèlement, le recul des marques de distributeur (MDD) se poursuit. Elles représentent 1/3 des dépenses mais aussi 45 % des produits de grande distribution achetés. Ce recul est transversal à tous les rayons et s'élève à -0,8 % de CA sur les liquides.

La pression promotionnelle est stable mais toujours importante, cette dernière étant un véritable levier influant sur le choix du point de vente par le consommateur via l'image-prix et l'attractivité de l'enseigne qu'elle engendre. Les promotions s'établissent à près de 20 % des volumes en 2017.

24 000 points de vente sont décomptés sur l'univers total de la distribution alimentaire. Ils génèrent un chiffre d'affaires de 105,8 milliards d'€ en 2017. Sur les circuits, les magasins de proximité et les drive poursuivent leur dynamique en CA (+1,5 %).

Les hypers et super marchés représentent 74,4 % du CA total des PGC. Les mouvements de parc sont lents sur ce circuit, cependant le nombre de magasins est en progression via des ouvertures de petits hypermarchés et une augmentation des surfaces des plus grands.

Le drive continue de progresser (+9,1 % en CA) mais cette progression est essentiellement due au nombre d'ouverture de magasin (+9,8 %). Le circuit ne pèse ainsi que 4,9 % en chiffre d'affaires sur le total.

LE MARCHÉ DES VINS TRANQUILLES

Tous circuits confondus¹, la catégorie des vins tranquilles pèse, en 2016, 4,799 milliards d'€ (+0,6 % vs 2016). Il s'agit de la 1ère sous-catégorie au sein des liquides devant les alcools et les bières.

CHIFFRES CLES DE LA
GRANDE DISTRIBUTION
EN 2017

RUPTURE DES TENDANCES SUR LES
PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION

-0,1%

VENTES PGC EN VOLUME

Confirmant la tendance de 2016, les ventes sont de nouveau stables

+1,6%

CHIFFRE D'AFFAIRES DES PGC

"Moins mais mieux" le chiffre d'affaires connaît un regain vs 2016

33,5%

POIDS CA DES MDD

-0,6 % d'évolution, les MDD restent en grande difficultés en 2016

-0,1%

INFLATION

Après 3 ans de baisse, l'inflation est restée stable en 2017

10%

POIDS CA DE LA PROXI

Le circuit des magasins de proximité continue sur sa dynamique et voit son CA progresser de 3,8 %

source : IRI VISION 2017

¹ HM/SM + E-commerce + Proxi + HD Français (le HD Allemand n'est pas suivi sur l'univers des vins)



Les vins tranquilles sont toujours très fortement représentés au sein des Hyper marchés (40,7 % de CA) et des Supers marchés (39,9 %) mais également sur le circuit des magasins de proximité (14,7 %).

Si les vins tranquilles restent, en valeur, la première catégorie au sein des liquides, ils progressent moins vite que la moyenne du rayon (+2,1 %). Le chiffre d'affaires de ce dernier est essentiellement tiré par celui des bières (+9,1 %) et des spiritueux (+1,4 %). Les boissons à base de vin (BABV) se replient fortement au-delà du seul effet météo. Malgré cela, le linéaire se développe. Les BABV pèsent désormais 6,5 % au sein des alcools et apéritifs (-1,4 pt vs 2015) et 2,1 % au sein des vins tranquilles (-0,5 pts).

En regardant une évolution à 10 ans, le CA des vins tranquilles a progressé de 29 % sur les HM/SM. Cette progression est nettement plus importante que celle des PGC (+20 %). L'évolution du prix est plus rapide que la moyenne sur tous les segments de produits (AOC +35 %, IGP standard +64 %) sauf pour les IGP de cépage (+26 %). Dans le même temps, les AOP perdent des parts de marché (55 % PDM volume en 2007 vs 48 % de PDM en 2016). Ce recul s'effectue au profit des IGP de cépage essentiellement. Cette valorisation cache ainsi une dégradation du mix produit.

20,5 % du chiffre d'affaires des vins tranquilles est réalisé en promotion, ce dernier a baissé en 10 ans (22,8% en 2007), à l'inverse de celui des vins effervescents où de 29,4 % de CA en promotion en 2007, il est passé à 40,3 % de CA en 2017.

Le nombre moyen de références continue de progresser pour s'établir à 828 références de vins tranquilles en hypermarchés en moyenne et 426 en supermarchés.

LE MARCHÉ DES VINS EFFERVESCENTS

Sur l'ensemble des circuits, les tendances 2017 de la vente de vin effervescent sont marquées par une hausse de 1,3 % valeur pour s'établir à 1,7 milliards d'€. En 10 ans, ils ont progressé de 28,3 % en chiffre d'affaires et de 10,5 % en volume.

Le marché des vins effervescents est toujours très typé sur les hypermarchés qui représentent 45,1 % du chiffre d'affaires et dans une moindre mesure sur les supermarchés (34,9 %).

Ce solde positif est tiré par la poussée des vins étrangers qui progressent de 23,9 % en volume soit +57 % en 2 ans. Ces derniers pèsent 8,6 % de PDM volume et 5,2 % de PDM valeur. En valeur, les vins effervescents étrangers apportent de la valeur au rayon (+27,6 % en 2016 et +58 % en deux ans). 60 % des gains en volume sont réalisés par les Prosecco mais également par les Cava dont la demande progresse.

LEXIQUE

P132017 : Données arrêtées au 1er janvier 2018

PGC : Produits Grande Consommation

BABV : Boissons à base de vin

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

POIDS EN VALEUR DES VINS TRANQUILLES SUR LES DIFFERENTS CIRCUITS

CIRCUIT	VINS TRANQUILLES	PGC
HYPER ET SUPER MARCHES	80,6 %	80,3 %
PROXIMITE	14,7 %	11,1 %
HD FRANÇAIS	2,9 %	3,3 %
E-COMMERCE GSA	1,7 %	5,3 %

POIDS EN VALEUR ET EVOLUTION DES CATEGORIES DU RAYON DES LIQUIDES EN CROISSANCE DE + 2,1 % PAR RAPPORT A 2017

CATEGORIE	PDM EN VALEUR	EVOLUTION VS 2016 EN %
VINS TRANQUILLES	22,3 %	+0,9 %
ALCOOLS	16,7 %	+1,4 %
BIERES	14,1 %	+9,1 %
BRSA NON GAZEUX	12,3 %	+3,9 %
EAUX	10,1 %	+5,0 %
BRSA GAZEUX	8,5 %	-5,0 %
APERITIFS	7,8 %	-2,5 %
VINS EFFERVESCENTS	7,6 %	+1,5 %
CIDRES	0,6 %	-0,4 %

PART DE MARCHÉ DES VINS TRANQUILLES EN 2017

SEGMENTS	PDM EN VOLUME	PDM EN VALEUR
AOP FRANÇAISES	48,2 %	68,7 %
IGP CEPAGES	19,8 %	13,7 %
IGP STANDARD	11,2 %	7,5 %
VINS SIG DE FRANCE	13,5 %	6,3 %
VINS ETRANGERS	7,3 %	3,8 %

PART DE MARCHÉ DES VINS EFFERVESCENTS EN 2017

SEGMENTS	PDM EN VOLUME	PDM EN VALEUR
CHAMPAGNE	25,4 %	63,2 %
AOP	24,2 %	17,4 %
CUVES CLOSES & METHODE TRAD.	36,3 %	11,9 %
EFF. ETRANGERS	8,6 %	5,2 %
AUTRES VINS EFF.	5,5 %	2,3 %

Source : Panel IRI. données arrêtées à P132017

