

**MISE EN PLACE D'UNE PRESTATION DE PANEL  
POUR LE SUIVI DES VENTES DE VINS SUR LE CIRCUIT  
DES CAFES, HOTELS, RESTAURANTS EN FRANCE**

**ELEMENTS DE CONTEXTE ET OBJECTIFS POURSUIVIS**

En 2015, le secteur des cafés, hôtels et restaurants (CHR) français compte 183 000 établissements. Dans un contexte économique difficile pour le circuit, la croissance de ce dernier n'est portée depuis 2 ans, que par la hausse du nombre des débits de boissons dont les bars à vin. La restauration rapide et la livraison sont, de plus, des tendances en fort développement et rendent les limites entre les différents circuits de consommation qui la constitue de plus en plus floues.

La restauration à table, circuit sur lequel le vin est le plus présent, pèse pour plus des 2/3 des établissements auxquels s'ajoutent la restauration rapide (17 %), les débits de boissons (15 %) et les hôtels sans restaurants (7 %). Le chiffre d'affaires des CHR continue sa progression et s'élève en 2015 à 69,56 milliards d'€ dont 65 % pour la restauration à table (RAT) soit 45,33 milliards d'€. 20 % de ce chiffre d'affaires est réalisé par la vente de vin.

En termes d'achat de vin par le circuit, les estimations s'élèvent pour l'année 2017 à 450 millions de litres pour 2,5 milliards d'euros.

La distribution de vin auprès des restaurateurs se répartit en volume avec une part importante d'approvisionnement directement aux vignobles pour 45 % des volumes. Les grossistes entrepositaires tels que C'10 ou France boissons représentent 30 % des volumes et les cash and carry 10 %.

**HISTORIQUE DE L'ETUDE DU CIRCUIT**

L'étude du circuit CHR en France, de par son importance, est au centre des préoccupations de la Commission Economie du CNIV depuis une quinzaine d'années.

Plusieurs outils d'étude se sont succédés.

Tout d'abord, le circuit a été abordé grâce à la mise en place d'un panel de points de vente, outil qui a été stoppé par le fournisseur pour des raisons de rentabilité. A noter que cet outil proposait un panel de 600 établissements dont une partie de cafétérias, échantillon jugé insuffisant pour être représentatif.

Il a été remplacé, en 2008, par une enquête papier auto-administrée menée par CHD Expert auprès d'un panel de 5 000 points de vente centrés sur la restauration à table. Cette enquête a permis de fournir des données de cadrage sur le circuit jusqu'à essoufflement du modèle d'enquête dans ses deux dernières années (2014 et 2015) qui a conduit à son arrêt.

En 2016, l'étude du circuit des CHR a été réalisé par l'intermédiaire d'un relevé d'offre qui permet de fournir de l'information quant aux positionnements-prix des appellations et à leur présence en point de vente mais ne répond pas aux attentes en termes de données quantitatives de vente de vin ou d'achat de vin par le circuit.

En 2018, les instances de décisions du Cniv valident la mise en d'un outil de panel permettant d'apporter un éclairage fiable sur ce circuit majeur de la distribution de nos vins en France. L'objectif central du projet d'étude est de quantifier en volume et en valeur, les achats de vin réalisés par le circuit des cafés, hôtels, restaurants (CHR) pour les années 2018 et suivantes en distinguant les vignobles et certaines appellations sur l'univers étudié.

La prestation est séparée en 2 lots : une première partie de quantification des achats et une seconde partie distincte de relevé d'offre en points de vente.

## LOT 1 : QUANTIFICATION D'ACHAT DE VIN SUR LE CIRCUIT DU CHR (OUTIL DE PANEL)

### PERIMETRE D'ETUDE ET ATTENDUS

DOMAINE ETUDIE Vins tranquilles et effervescents y compris Vins doux Naturels	PERIMETRE D'ETUDE Circuit CHR : Hôtels, restaurants, brasserie, pub RAT : Restauration à Table	DUREE 4 ans 2018, 2019, 2020 et 2021	BUDGET : 240 000 € HT annuel 960 000 € HT sur l'ensemble du projet
--	--	--	--

Attendus :

<p><u>1<sup>er</sup> volet</u></p> <p>Une <b>description et une analyse du secteur de la restauration</b>, à savoir une présentation du marché, de ses tendances, des types d'établissement du secteur CHR, d'éléments clés concernant le marché (évolution de la fréquentation générale...) et la consommation de vin en général (ex : impact de la période de fêtes de fin d'année) avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ le détail des circuits du secteur CHR (hôtels, restaurants uniquement, pubs, bars, cafétérias, restauration collective, etc. découpé selon la nomenclature appropriée),</li> <li>▪ Le nombre d'établissements, Chiffre d'Affaires,</li> <li>▪ L'évolution,</li> <li>▪ La part des boissons dans le Chiffre d'Affaires,</li> <li>▪ La part des boissons dans le circuit des CHR.</li> <li>▪ la description des circuits d'approvisionnement des établissements en matière de vin,</li> </ul>	<p><u>2<sup>ème</sup> volet</u></p> <p>Une <b>quantification en volume des achats de vins</b> faits dans le circuit CHR à minima annuel, des achats de vins tranquilles, vins effervescents, vins doux naturels comportant les informations suivantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Couleurs : rouge, rosé, blanc (secs et doux) ;</li> <li>▪ Pour les vins français : dénomination des grandes régions d'appellation : Vignobles et principales AOC des vignobles y compris pour les vins effervescents, mais également détail des IGP (Oc, Côtes de Gascogne...) et des Vins De France (SIG) avec mention de cépage et sans mention de cépage ;</li> <li>▪ Pour les vins étrangers : Pays y compris pour les vins effervescents, avec si possible le détail pour les principales appellations étrangères types Rioja, Chianti, Prosecco, Cava, Lambrusco, etc.</li> </ul> <p>Selon les types d'établissement, les indicateurs attendus sont :</p> <p>le détail des achats avec un niveau de segmentation le plus fin possible (l'appellation), l'évolution, la part de marché volume</p> <p>une mise à disposition, si possible, des indicateurs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>le prix d'achat,</li> <li>le détail des achats par tranches de prix,</li> <li>la part de marché valeur,</li> <li>le niveau de diffusion numérique,</li> <li>le nombre moyen de références.</li> </ul>
---	---

## PROPOSITIONS ETUDIÉES

### 3 PROPOSITIONS ONT ÉTÉ REÇUES POUR CE LOT 1 : IRI, KANTAR ET CREDOC

#### A – KANTAR : UNE APPROCHE VIA LE PANEL DE CONSOMMATEURS

La proposition formulée par Kantar world panel est jugée « hors sujet ». En effet, elle repose sur un panel de consommateurs hors domicile et mesure ainsi la consommation de vin sur le circuit de la RHD mais ne permet pas d'étudier quantitativement les achats de vin par ce circuit. Les indicateurs et analyses proposées sont donc non pertinents au vu de la demande formulée. De plus, la faible couverture est un frein à l'outil.

- **En conséquence, l'offre est jugée irrecevable.**

#### B- CREDOC / GRESSARD : UNE ENQUÊTE NATIONALE AUPRES DES PROFESSIONNELS SUR UNE BASE DECLARATIVE

Le Crédoc fournit une description complète et exhaustive du protocole d'étude qui s'appuie sur un questionnaire auto-administré en ligne avec deux relances téléphoniques. La proposition d'échantillonnage et son redressement est pertinente et bien détaillée mais ne correspond pas pleinement au champ d'étude demandé.

Sur l'analyse du circuit, le Crédoc propose une analyse reposant sur une collecte d'information et de statistiques publiques doublée d'une recherche documentaire qualitative.

- **L'utilisation d'un questionnaire déclaratif, déjà éprouvé et rejeté pour son manque de fiabilité, constitue un frein majeur à cette proposition. De plus, le candidat ne répond pas à la partie variable demandée par le Cniv et faisant partie intégrante du marché. En conséquence, l'offre est jugée irrecevable.**

#### C- IRI

IRI propose la mise en place d'un outil permettant le recueil de données permettant une vision macroéconomique du circuit et une quantification des ventes grâce à :

1/ Une analyse annuelle de GIRA Food service sur les acteurs du CHR et sur leurs circuits d'approvisionnement

2/ Un croisement de données de ventes des 3 circuits d'approvisionnement que sont

- La distribution organisée : les entrepositaires grossistes au nombre de 3 (C'10, France boissons et distriboissins/Richard vins) et les cash&carry (métro et promocash) soit 35 % de la vente de vin en volume sur le circuit (estimation 1,6 million d'hl);
- Les achats de groupes de restauration commerciale ;
- Un échantillon représentatif de point de vente de l'univers des CHR : en phoning via un prestataire Districom à minima 1 500 établissements extrapolables à l'univers.

Si la proposition est pertinente d'un point de vue méthodologique sur l'exploitation des deux premières sources de données, la proposition de mise en place d'un panel d'études auprès de 1 500 établissements fait l'objet de faiblesses méthodologiques et de biais :

- Le recueil des données auprès des 1 500 établissements par la méthode de phoning est prévu sur les seules 10 premières références pour les vins tranquilles en volume de l'établissement, représentant d'après étude de Gira 90 % de l'offre totale. Le traitement de l'offre restante est proposé à part égale pour le volume quelle qu'elle soit. Aucune précision n'a été apportée sur le recensement de l'offre de la part des restaurants qui seront ajoutés à l'échantillon des 1 500 points de vente pour compenser les refus ;
  - Les deux lots étant liés, un autre biais méthodologique concerne la qualité des données lors de l'année sans recueil des cartes et des prix, où les données référentes seront celles de l'année précédente.
- **Au regard de l'objectif poursuivi à savoir l'obtention de données de cadrage vin, la proposition d'IRI ne permet qu'une information partielle des données et certains vignobles pourraient potentiellement n'être que faiblement représentés. En conclusion, le CNIV considère que la proposition formulée ne permet pas de répondre pleinement à la demande de quantification au niveau de l'appellation (ou groupement d'appellations) : la quantification des références en volume et en valeur comporte trop de biais pour être extrapolée de manière suffisamment fiable pour répondre aux besoins des opérateurs. FranceAgriMer estime, en revanche, que cette proposition, certes pas parfaite, répond globalement au cahier des charges et que la méthodologie permettra tout de même d'avoir une vision macroéconomique du panel.**
- **Dans ce cadre où les deux membres du groupement de commande sont en désaccord, l'offre ne sera pas notée et le marché infructueux. Après débats, il est proposé de relancer très rapidement, avant la fin d'année, un marché afin de recueillir les données des phases 1 et 2.**

## LOT 2 : RELEVÉ D'OFFRES

Le groupe de travail constitué pour suivre cette étude a analysé 6 offres sur le lot n° 2 et fait la recommandation de retenir pour ce second lot, l'offre de Symetris.

### PERIMETRE D'ETUDE ET ATTENDUS

DOMAINE ETUDIE	PERIMETRE D'ETUDE	DUREE	BUDGET :
Vins tranquilles et effervescents y compris Vins doux Naturels	Circuit CHR : Hôtels, restaurants, brasserie, pub RAT : Restauration à Table	4 ans 2018 et 2020	50 000 € HT annuel  100 000 € HT sur l'ensemble du projet

#### ATTENDUS

Il est attendu chaque année du marché un relevé de l'offre en vin d'un échantillon représentatif du circuit des CHR. La période suivie devra être à minima annuelle mais elle pourra être plus fréquente (semestrielle, ...) si la méthodologie proposée par le prestataire le nécessite.

Le prestataire devra également fournir un certain nombre d'indicateurs dont :

- La présence des vins par catégories, couleurs et origine ;
- Le nombre de références de vins par catégories, couleurs et origine ;
- Le prix moyen des vins pour les contenants principaux si possible par catégories, couleur et origine ;
- La saisonnalité de l'offre.

**Partie variable** : La proposition doit, par ailleurs, inclure une option budgétaire concernant la duplication de cette présentation en région avec un point ad hoc sur le vignoble demandeur.

#### PROPOSITIONS

IRI. La proposition est jugée intéressante sous réserve que l'étude est menée indépendamment du lot 1. Sur ce point, IRI a répondu que l'offre des deux lots est indissociable. Le choix de ne pas retenir le lot 1, conduit à juger irrecevable leur proposition pour le lot 2.

Symétris. Cette proposition constitue la meilleure en termes de méthodologie proposée et de codification. Le relevé se fera principalement in situ et un engagement sur 3 % d'erreurs est proposé. Le nombre d'établissements relevés est un peu faible à 800.

Roamler. Si la proposition garantit un nombre conséquent de pdv relevé (1 750), aucune garantie n'est apportée sur la codification réalisée en interne par ce prestataire. Cette faiblesse a conduit le groupe de travail à placer la proposition en 2<sup>nde</sup> position.

Agrex. Le nombre de points de vente relevés (400) est jugé trop bas. De plus, le relevé in situ fait appel à trop peu d'intervenants, ce qui conduit à une durée de relevés trop longue (2-3 mois).

CHD. La proposition réalisée s'appuie sur une prestation (SUMMIT) permettant d'accéder à 1 000 cartes des vins en ligne. Aucune garantie n'est apportée sur l'échantillonnage de ces points de vente, et ce ne permet pas de répondre au besoin de relevé in situ.

CREDOC. La non réponse à la partie variable, de même manière que sur le lot 1, conduit à rendre la proposition irrecevable.

- **En conclusion, il est proposé de retenir l'offre de Symetris constitue la meilleure en termes de proposition de codification et méthodologie employée au regard du nombre d'établissements relevés (800).**