

Quels vins trouve-t-on dans le e-commerce ?

Plutôt du vin tranquille rouge, en bouteille de 75 cl, entre 10 et 25 € : tel est le portrait robot du vin vendu sur Internet. Néanmoins, pure-players, cavistes ou sites généralistes ont chacun leurs spécificités.

Après une première étude du secteur du e-commerce mutualisée au sein du CNIV, les interprofessions vitivinicoles ont souhaité mieux connaître les **références de vins français** proposées par les sites de vente. Une **centaine de sites marchands** ont été sélectionnés, parmi les plus représentatifs en chiffre d'affaires et en fonction de leur modèle économique. Leur offre a ensuite été relevée par CHD expert. Les sites de vignerons et négociants ont été exclus de cette analyse, ainsi que les sites de ventes privées et ceux proposant des box, dont le modèle repose sur des offres temporaires.

TROIS JOURS DE LIVRAISON EN MOYENNE

Les trois-quarts des sites étudiés mettent en avant le **produit lui-même**, 13 % misent sur les **promotions** (type C-discount), 7 % présentent les vins selon le **mode de production**. Seuls 4 % mettent en avant les **producteurs**. 2 % offrent avant tout un **service** (stockage du vin en cave, par exemple). Le délai moyen de livraison est de **trois jours**, pour un coût moyen de 9,6 €. Un tiers des sites a mis en place un programme de **fidélisation** : parrainage, points cumulés, réduction, livraison gratuite sont les méthodes les plus fréquentes. Pour décrire les vins, les trois principales clés d'accès utilisées sont le **type de vin**, le **vignoble et la couleur**. Le consommateur, quant à lui, peut restreindre la sélection affichée en utilisant des **filtres de prix, de couleur et de millésime** pour les plus

courants. Il peut également utiliser des critères de tri pour ordonner la sélection, dont les trois principaux sont : le prix, le nom et la présence en stock.

LE POIDS DES GRANDS CRUS

Au total, 74 406 références ont été analysées. Sur cet échantillon, **neuf bouteilles sur dix** sont des **vins tranquilles** et **six sur dix** sont des **vins rouges**. La bouteille de 75 cl est de loin le format le plus proposé, avec 76 % des références. Mais le e-commerce mise aussi sur les bouteilles **grand format** (12 % de l'offre). Le Bib®, en revanche, est **peu présent** (moins de 1 %). Pour les bouteilles de 75 cl, les prix des vins proposés sur Internet au moment de l'étude variaient de **1,43 € à plus de 30 000 €/col**. La tranche de prix de 10 à 25 € est la plus représentée avec 29 % de l'offre. Plus d'un quart de l'offre est positionnée à **plus de 75 €/col**. Le prix médian se situe à 32 €.

Cette répartition souligne le poids des grands crus bordelais et premiers crus bourguignons dans l'offre disponible par e-commerce. **Bordeaux et Bourgogne** sont les deux régions quasi-systématiquement présentes sur les sites de e-commerce. Les communales du Médoc (Pauillac, Margaux, Saint-Julien...) représentent à elles seules 19 % de l'offre. A contrario, Savoie et Corse sont proposées par un site sur deux. **Le Champagne** compose la majeure partie de l'offre des vins effervescents.

LES PURE-PLAYERS PLUTÔT ORIENTÉS VERS LE HAUT DE GAMME

L'étude met en évidence des spécificités de l'offre en fonction du modèle économique des acteurs de e-commerce. Les **sites non spécialisés** (qui distribuent également d'autres produits que le vin) proposent **davantage de vins effervescents et rosés** que leurs concurrents pure-players et cavistes cross-canal. En revanche, ils présentent moins fréquemment des vins doux naturels ou des vins blancs doux. Les sites **pure-players** sont plus fréquemment orientés vers le **haut de gamme** (prix médian à 34,80 €/col), tandis que les non spécialisés proposent des vins moins chers (16,00 € de prix médian). ■

Répartition de l'offre e-commerce par tranches de prix (€/col de 75 cl)



LA TRANCHE DE PRIX DE 10 À 25 €/COL EST LA PLUS REPRÉSENTÉE, AVEC 29 % DE L'OFFRE (ANALYSE RÉALISÉE SUR 53 678 RÉFÉRENCES DE BOUTEILLES DE 75 CL).

GROS PLAN SUR LES QUATRE PLUS GROS ACTEURS

Deux pure-players (Millesima et Millésimes), un caviste cross-canal (Vins grands crus) et un non spécialisé (Cdiscount) sont les quatre sites proposant le plus grand nombre de références de vin en 2016.

Ces poids-lourds expliquent et reflètent à la fois les tendances observées sur l'échantillon de l'étude :

- avec 2 423 références, **cdiscout.com** propose l'offre la plus diversifiée par rapport aux trois autres acteurs, avec plus d'effervescents et de rosés.
- **vinsgrandscrus.fr** est positionné sur le très haut de gamme, avec un prix médian à 126,00 € la bouteille de 75 cl, de même que **millésimes.com** (97,20 €/col).
- Avec plus de 9 000 références, **millesima.fr** est le site proposant l'offre la plus conséquente, avec un prix médian à 47,08 €/col.

