

# Faits marquants sur le succès du Bib®

*Grâce aux achats mutualisés de panels, les interprofessions membres du CNIV acquièrent des informations économiques sur les principaux marchés des vins français. Ces données permettent d'analyser les évolutions récentes, mais également les tendances à plus long terme. C'est le cas avec le Bib® dont le succès se confirme, grâce aux seniors, aux IGP sans cépage et aux vins étrangers.*

En 2015, 38 % des volumes de vins vendus en grande distribution l'ont été sous forme de Bib®. Le succès de ce contenant ne se dément pas, avec une progression de huit points en cinq ans. Les relevés des ventes aux caisses des supermarchés et hypermarchés montrent que les Bib® représentent désormais 24 % du chiffre d'affaires des vins tranquilles, soit 1 milliard d'€ en 2015 (+5,7% par rapport à 2014). Le prix moyen tend à augmenter, à 2,66 €/l, mais reste inférieur au prix moyen du marché (4,37 €/l).

## FORMAT BÉNÉFIQUE AU MARCHÉ

Le Bib® est le seul contenant dont les volumes progressent en 2015 en hypers et supermarchés. Cette croissance est alimentée pour près de la moitié par les promotions, l'autre moitié provenant du fonds de rayon, avec notamment, un linéaire qui s'allonge. La bouteille de 75 cl subit le contrecoup de sa moindre visibilité, avec une longueur moyenne du linéaire qui lui est consacré en diminution. Le cubitainer et le Pet continuent à perdre du terrain.

La croissance du Bib® se fait en partie au détriment de la bouteille de 75 cl. Certes. Mais c'est aussi un format bénéfique au marché, qui recrute des consommateurs. Une analyse des ventes portant sur les années 2012 et 2013 avait en effet montré que sur 100 litres de vin vendus en Bib®, 41 litres étaient des volumes additionnels. Pour 2015, les catégories ayant contribué à la croissance du format dans les hypermarchés sont les IGP sans cépage et les vins étrangers.

## UN ACHETEUR TRÈS FIDÈLE MAIS PAS EXCLUSIF

Mais qui achète le Bib® ? A quelle période ? Etc. Pour répondre à ces questions, il est nécessaire d'utiliser un deuxième type d'étude : les panels « consommateurs ». Ces études, fondées sur les enregistrements des achats par les consommateurs eux-mêmes, permettent de suivre la consommation de vin à domicile. Elles fournissent

le profil détaillé des personnes (âge, sexe...), mais également une information relative à tous les circuits d'achats (grande distribution, cavistes, discount...). D'après ce panel, un quart des ménages français achète des Bib®. Ces ménages sont de très gros acheteurs de vins : ils achètent en moyenne 110 cols/an, soit plus du double d'un acheteur moyen de vin tranquille. Ils sont très fidèles au Bib®, puisque 60 % en achètent à nouveau, mais pas exclusivement. Cet achat apparaît en effet comme complémentaire à celui de la bouteille. En revanche, pour la première année en 2015, le Bib® ne recrute plus d'acheteurs et son niveau d'achat tend à baisser, tout comme sa fréquence d'achat.

Le Bib® est avant tout acheté par les 50-64 ans. La barrière du prix peut figurer parmi les explications de la relative désaffection des plus jeunes, car ces derniers dépensent moins à l'acte que leurs aînés et ne semblent pas prêts à dépenser plus pour un Bib®. Au sein des achats de Bib®, les blancs et les rosés ont une clientèle plus jeune que les rouges. A noter également que le Bib® est plutôt un format estival, puisque 30 % des volumes sont achetés entre juin et août. ■



**UN QUART DES MÉNAGES FRANÇAIS ACHÈTE DES BIB®, AVANT TOUT DES 50-64 ANS. LE BIB® EST PLUTÔT UN FORMAT ESTIVAL, PUISQUE 30 % DES VOLUMES SONT ACHETÉS ENTRE JUIN ET AOÛT.**

## Les chiffres clés des ventes de vin en grande distribution en 2015

- 4,4 milliards d'€ de chiffre d'affaires pour les vins tranquilles (+1,9%).
- Environ 1 400 millions de bouteilles (eq 75 cl) (-1%) à 3,28€ /col en moyenne.
- Le prix moyen augmente de +2,9%. Cette hausse cache cependant une dégradation du mix produit avec une perte de parts de marché des AOP au profit des IGP et des VSIG européens.
- 1,4 milliard de chiffre d'affaires pour les vins effervescents (+2,2%).

Source : Panel Iri - Données 2015 arrêtées au 3/01/2016