

# Les vins en grande distribution dans quatre marchés-clés

*Royaume-Uni et Pays-Bas à la traîne, Allemagne et France en hausse : si le mode d'achat est similaire, les ventes de vins grande-distribution européenne présentent des réalités différentes en 2015 selon les marchés.*

Observe-t-on les mêmes tendances partout dans la grande distribution européenne ? Loin de là. D'après les panels de suivi des ventes en Allemagne, France, Pays-Bas et Royaume-Uni, dont l'achat est mutualisé au sein du CNIV avec le cofinancement de FranceAgriMer, les ventes de vins suivent des trajectoires assez différentes en 2015.

**Aux Pays-Bas**, où vivent 16,8 millions d'habitants, l'économie se porte bien. La croissance du PIB a atteint 1,9 % en 2015. Pourtant, les ventes de produits de grande consommation (PGC<sup>(1)</sup>) ont régressé de 0,5 % par rapport à 2014, parmi eux les boissons perdent 0,7 %. Les vins tranquilles sont en difficulté, plus encore qu'en 2014, avec une perte de 4,1 % des ventes en volumes et de 2,6 % en valeur. Le marché se contracte ainsi à 1,5 millions d'hl pour 0,7 milliards d'euros<sup>(2)</sup>.

**Le Royaume-Uni**, lui aussi, connaît des conditions économiques favorables en 2015, avec une croissance du PIB de 2,2 %. Malgré cela, les ventes de PGC ont diminué de 0,7 % en valeur. Le marché des vins tranquilles en hypers et supermarchés se réduit, renforçant la tendance 2014. Il représente 5,7 millions d'hl (-1,9% vs 2014) pour 5,1 milliards d'euros (-2% vs 2014).

**En Allemagne**, en revanche, la consommation progresse par rapport à l'année précédente : +1,5 % pour les PGC, +0,4 % pour les boissons alcoolisées. Les ventes de vin tranquilles se portent assez bien : +1 % en valeur pour des volumes stables. Les vins effervescents subissent un léger repli : -0,9 % en volume pour -1 % en valeur. Pour les seuls hypers et supermarchés, le total des ventes de vins tranquilles s'établit à 4,8 millions d'hl (+2,3% vs 2014) et 1,8 milliards d'euros (+3,3% vs 2014).

**En France**, tout comme en 2014, les ventes de PGC ne progressent qu'au rythme de la démographie (+0,5%) en volume, mais se valorisent de 1,2 %. En hypers et supermarchés, la guerre des prix entraîne une déflation. Pourtant le chiffre d'affaires (CA) augmente, grâce à des achats de produits plus valorisés. Les liquides (eaux, bières, sodas, etc) sont très dynamiques. Les ventes de vins tranquilles progressent pour atteindre 4,4 milliards d'euros de CA, alors que les volumes se replient de 1 %, à 10,5 millions d'hl. Le succès des vins effervescents se confirme (+2,2 % vs 2014), avec toutefois une percée des origines étrangères (+26% vs 2014).

## ROUGE, ROSÉ OU BLANC ? DIS MOI CE QUE TU BOIS, JE TE DIRAI OÙ TU HABITES !

Avec 17 % des ventes de vins tranquilles en rosé, la France se distingue de ses voisins. Dans notre pays, c'est la seule couleur à progresser de 1,2 % en volume et 4,6 % en valeur en hyper et supermarchés. En Allemagne, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni, la part des rosés ne représente que 10 % à 11 %. Si les volumes vendus progressent en Allemagne en 2015 (+2,7 %), notamment grâce aux AOP françaises, elles diminuent aux Pays-Bas (-12,5 %) et au Royaume-Uni (-7,5 %). A noter : une percée des vins rosés portugais en Allemagne et aux Pays-Bas.

**Les vins rouges** perdent du terrain sur tous les marchés, notamment les rouges français, concurrencés par l'Australie, l'Espagne et l'Argentine au Royaume-Uni ; par l'Italie et l'Espagne en Allemagne. Aux Pays-Bas toutefois, les ventes d'IGP françaises avec cépage merlot progressent de 4,3 %, soutenues par des promotions.

**Les vins blancs**, enfin, sont appréciés en Allemagne, où les volumes vendus se sont accrus de 5,1 %, par l'achat de vins allemands, italiens, mais aussi de VSIG français. Les blancs constituent toujours la couleur la plus vendue au Royaume-Uni (46 % de part de marché), mais les volumes reculent de 1,7 %. Dans ce contexte, les AOP françaises (Chablis et Val de Loire, notamment) tirent leur épingle du jeu en progressant de 3,5 %. Aux Pays-Bas, les vins blancs perdent 3 %, notamment les vins français et allemands, tandis que l'Afrique du Sud, le Chili et l'Australie gagnent du terrain. ■

(1) PGC : les produits de grande consommation n'incluent pas le vin, mais constituent un bon indicateur de conjoncture de la consommation en GMS.

(2) Source : IRI - Données 2015, arrêtées le 3/01/2016 ou fin décembre 2015 pour l'Allemagne.

