



Foires aux vins 2015, le retour d'un bon millésime

De l'avis général, les foires aux vins de septembre et octobre 2015 se sont étonnamment bien déroulées, mieux qu'en 2014. Revue des chiffres positifs communiqués par les enseignes.

Lidl clamant sur tous les toits qu'il organise de belles foires aux vins, ça agace. Et quand l'enseigne allemande les réussit, ça agace encore plus. C'est un fait, la GMS, pourtant pionnière des foires aux vins (FAV), voit surgir une concurrence de plus en plus vive. «Voici quinze ans, seuls les hypermarchés organisaient des foires aux vins, puis ils furent rejoints par les supermarchés, cela depuis sept-huit ans, se souvient un viticulteur. Maintenant, pas un caviste, pas un magasin bio, pas un site d'e-commerce qui ne fait sa FAV, sans oublier les discounters, comme Lidl qui, via le vin, veulent changer d'image. À terme, cela risque de diluer les ventes.»

+ 4,6 %

L'évolution des ventes de vins en valeur, à **440,1 M €**

84,7

MILLIONS DE LITRES

Les ventes en volume, à **-0,4 %**

Données du 14 septembre au 11 octobre 2015 versus même période 2014

Source : Iri

Ajoutons à cela un contexte économique et un pouvoir d'achat qui n'ont guère évolué en 2015. Tous les ingrédients étaient réunis pour que le millésime soit décevant. Il est, au contraire, miraculeux. «J'aurai signé pour une année à 0 % de croissance, avoue Didier Coustou, adhérent Leclerc à Saint-Magne de Castillon (33), en charge des vins au sein du Galec. De fait, nous sommes très contents du + 4,6 % que nous avons réalisés.» «Les taux de destruction ont été très satisfaisants, au-delà de 50 %», indique Johan Voisine, responsable catégorie alcools, vins et effervescents chez ITM Alimentaire. Selon les croissances déclarées à LSA (lire hors-texte), les

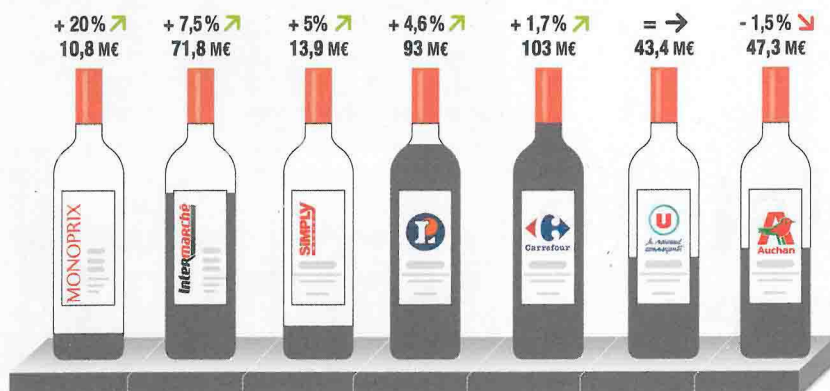
enseignes Monoprix, Intermarché, Simply Market et Leclerc ont été les principales gagnantes de cette édition 2015. Et, les autres tirent plus leur épingle du jeu qu'en 2014. Même Auchan, qui annonce un recul de 1,5 % des ventes, s'en sort mieux qu'en 2014 (-4 %). «Cela reste positif en volume et en fréquentation», souligne Patrick Scheiber, responsable vins chez Auchan.

Une offre «humanisée»

Outre une bonne théâtralisation du magasin, qui est une condition sine qua non, les principales raisons tiennent à un repositionnement de l'offre. «Les consommateurs se renseignent énormément sur les blogs ou dans les guides,

MONOPRIX ET INTERMARCHÉ, EN FORTE CROISSANCE

Évolution et ventes en valeur de vins et champagnes par enseignes lors des foires aux vins 2015 versus FAV 2014
Sources : enseignes et LSA



Monoprix, Intermarché, Simply Market et Leclerc ont mieux réussi leur FAV 2015, avec des croissances supérieures à 2014. Pour rappel, en 2014, Leclerc et Simply Market avaient annoncé des hausses de 2 % de leur CA FAV, Intermarché de + 5,5 % et Monoprix avait été stable.

constate Étienne Delannoy, directeur des marchés DPH, non alimentaire et liquides des enseignes Leader Price et Franprix. À nous de leur apporter l'assortiment la plus juste possible, avec des angles de communication forts. Pour Franprix, nous avons mis l'accent sur les vins coups de cœur décernés par les clients et les nectars des vignerons indépendants. Cela a très bien marché.

Grâce à ces deux partis pris, Franprix a «humanisé» sa FAV. Un axe également payant pour d'autres distributeurs comme Simply Market qui, depuis trois ans déjà, référence des vins issus d'Esat (Établissement et service d'aide par le travail pour les personnes handicapées), ou Carrefour et Auchan qui mettent en avant des jeunes talents de la vigne. De fait, les prospectus montrent maintenant des visages, en plus des bouteilles promotionnées. «Voici quatre ou cinq ans, les enseignes mettaient en avant des domaines, substituables d'année en année, au gré des prix, se rappelle notre viticulteur. C'est quasi fini. Maintenant, elles fidélisent leurs vignerons, les mettent à l'honneur, ce qui est

d'ailleurs autant bénéfique aux magasins qu'au viticulteur et à son appellation.» Exemple chez Leclerc. Le Coteaux du Languedoc, Château L'Hospitalet La Réserve de Gérard Bertrand, vendu 7,50 €, a été la deuxième meilleure vente de la FAV, avec un chiffre d'affaires voisin de 440 000 €. Et pour cause. Le languedocien Gérard Bertrand est devenu un fidèle de Leclerc.

Rééquilibrage entre chaque région

Humanisation et fidélisation sont deux clés qui marchent bien lors de cet événement commercial si important en termes d'image : c'est l'un des rares moments où les client(e)s restent avec plaisir dans le magasin. À cela s'est

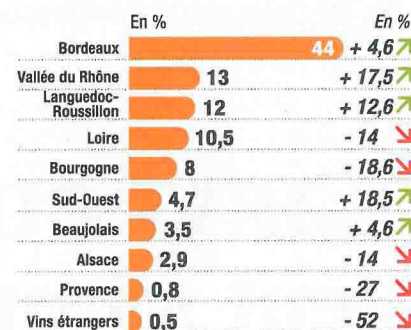


«Bordeaux a sorti la tête de l'eau, y compris les grands crus, qui, chez Auchan, pèsent entre 10 et 15 % des volumes, à l'inverse des blancs AOC de Bourgogne et d'Alsace délaissés vu leurs prix.»

Patrick Scheiber, responsable des achats vins chez Auchan

LES BORDEAUX REVIENNENT, LES BOURGOGNE SONT BOUDÉS

Poids en valeur des vins vendus par région et évolution versus FAV 2014
Source : E. Leclerc



S'il ne tient compte que des ventes de vins proposés nationalement (soit 1/3 des ventes chez Leclerc, 3,6 M de bouteilles et 27 M€), ce tableau montre bien l'embellie pour Bordeaux, Vallée du Rhône, Languedoc-Roussillon et Sud-Ouest, tandis qu'Alsace, Bourgogne et Loire dévissent.



RETROUVEZ
notre hors série
boissons, à paraître
ce 25 février

ajouté un sérieux rééquilibrage de chaque région viticole. L'an dernier, les ventes de bordeaux avaient reculé de 4,5 %. L'une des causes ? Les grands crus boudés par les consommateurs français et les revendeurs de vins en Chine, en raison de leurs prix jugés excessifs. Cette année, nombre d'enseignes ont freiné leurs achats de belles étiquettes et ont fait entrer plus de côtes-du-rhône, plus de vins du Sud-Ouest et du Languedoc-Roussillon. Trois régions ayant le vent en poupe avec leurs nectars qui, depuis cinq années, ont gagné en qualité et en notoriété. «Avec des prix qui n'ont pas flambé», précise Patrick Scheiber.

Ce qui n'a pas été le cas des vins blancs d'Alsace, de Bourgogne ou de la Loire : leurs ventes ont chuté. «Les consommateurs se sont reportés sur des vins blancs moins chers, des IGP chardonnay du Pays d'Oc, par exemple», poursuit le responsable des achats vins chez Auchan. Ils ont raison car, si un bourgogne aligoté est deux fois plus cher qu'un chardonnay du Pays d'Oc, il n'est pas forcément deux fois meilleur.

SYLVIE LEBOULENGER