

LE MARCHÉ DES VINS BLANCS AU ROYAUME-UNI : ÉTAT DES LIEUX ET PISTES DE POSITIONNEMENT

Jean-Philippe Perrouy, Directeur, Wine Intelligence France
16 janvier 2013



Colloque Euroviti,
organisé par l'IFV France



Wine Intelligence France
Bureau n°106 • 546 rue Baruch de Spinoza • BP 61225 • 84911 • Avignon Cedex 9
www.wineintelligence.com • jean-philippe@wineintelligence.com
T +33 (0)4 86 40 84 17 • F +33 (0)4 86 40 84 19

© Wine Intelligence 2013

Copyright

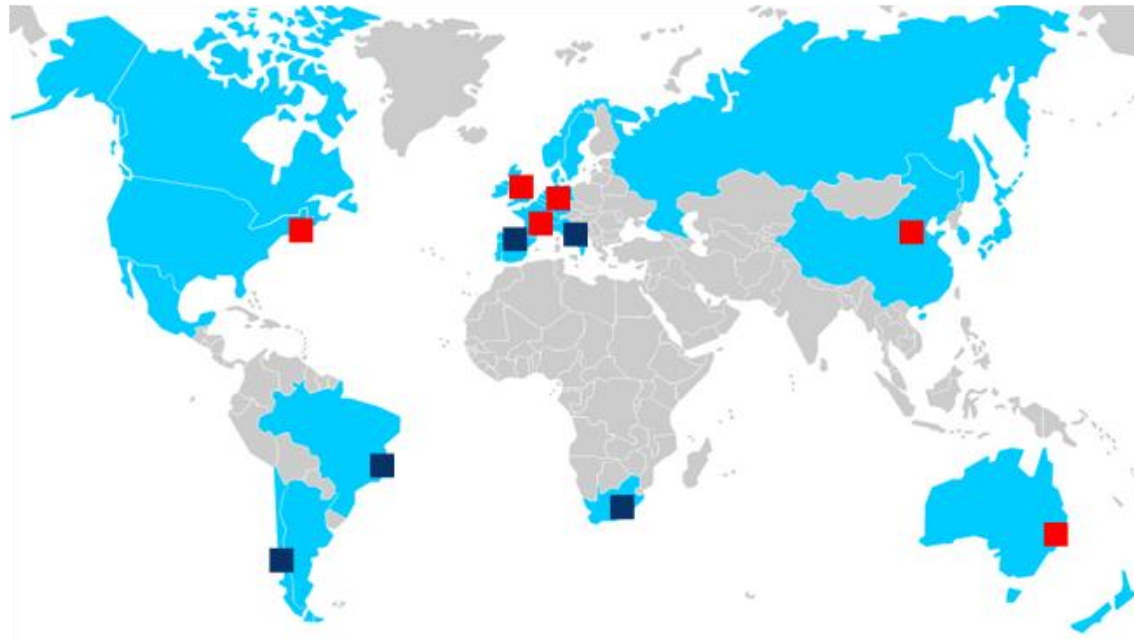
© Wine Intelligence 2013

- All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form (including photocopying or storing it in any medium by electronic means) without the permission of the copyright owners. Application for permission should be addressed to Wine Intelligence.
- The source of all information in this publication is Wine Intelligence unless otherwise stated.
- Wine Intelligence shall not be liable for any damages (including without limitation, damages for loss of business or loss of profits) arising in contract, tort or otherwise from this publication or any information contained in it, or from any action or decision taken as a result of reading this publication.
- Please refer to the Wine Intelligence Terms and Conditions for Syndicated Research Reports for details about the licensing of this report, and the use to which it can be put by licensees.
- Wine Intelligence Ltd: 109 Maltings Place, 169 Tower Bridge Road, London SE1 3LJ Tel: 020 73781277. E-mail: info@wineintelligence.com. Registered in England as a limited company number: 4375306

Wine Intelligence: qui sommes-nous?



Wine Intelligence est l'entreprise leader au plan global en termes de conseil et d'études de marché dédiés aux organisations de la filière vitivinicole



Légende

■: Pays dans lesquels nous travaillons

■: Bureaux

■: Associés

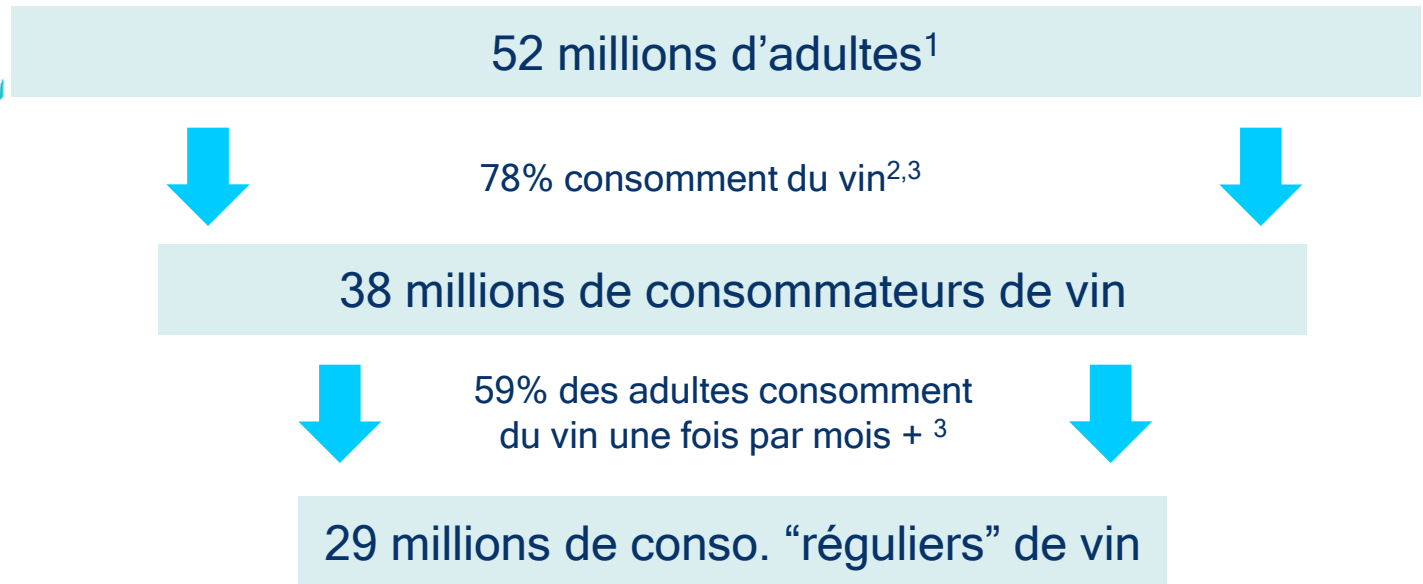
SOMMAIRE



- Taille du marché et tendances
- Vins blancs connus et achetés
- Pistes de positionnement : consommateurs-cibles
- Conclusions

Le contexte du marché (1)

Royaume-Uni : 29 millions d'adultes qui consomment du vin au moins une fois par mois



Sources: ¹ Office for National Statistics, Northern Ireland Statistics and Research Agency, National Records of Scotland 2010

² wine=still light wine (red, white, rosé)

³ Wine Intelligence online calibration study with YouGov, Sep '11, n=2,053 UK adults

⁴ Wine Intelligence, Vinitrac® UK December 2012, n=799 UK regular wine drinkers

Le contexte du marché (2)

Plus de 4 consommateurs mensuels de vin sur 5 consomment du vin blanc



83% des consommateurs mensuels de vin consomment du vin blanc

- % plus élevé que le vin rouge
- % beaucoup plus élevé que le vin rosé

Le contexte du marché (3)

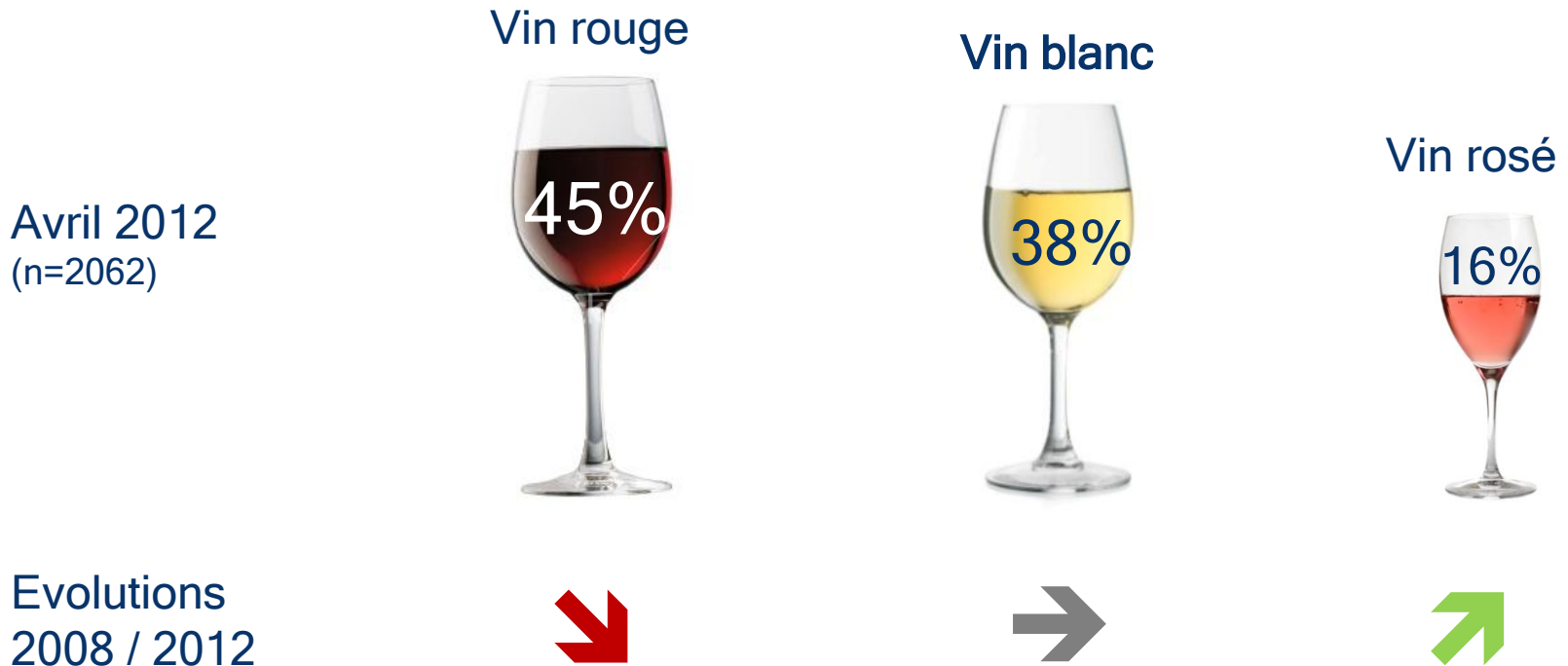
Le vin blanc représente environ les 2/5èmes des volumes consommés



Ventilation des volumes consommés par couleur

Estimations Wine Intelligence

Base : tous conso. réguliers de vin (une fois par mois +)



Source: Wine Intelligence, Vinitrac® UK, Mars 2008, Mars 2009, Mars 2010, Mars 2011 et Avril 2012 ; n=au moins 1000 répondants consommant du vin une fois par mois + par vague d'enquête

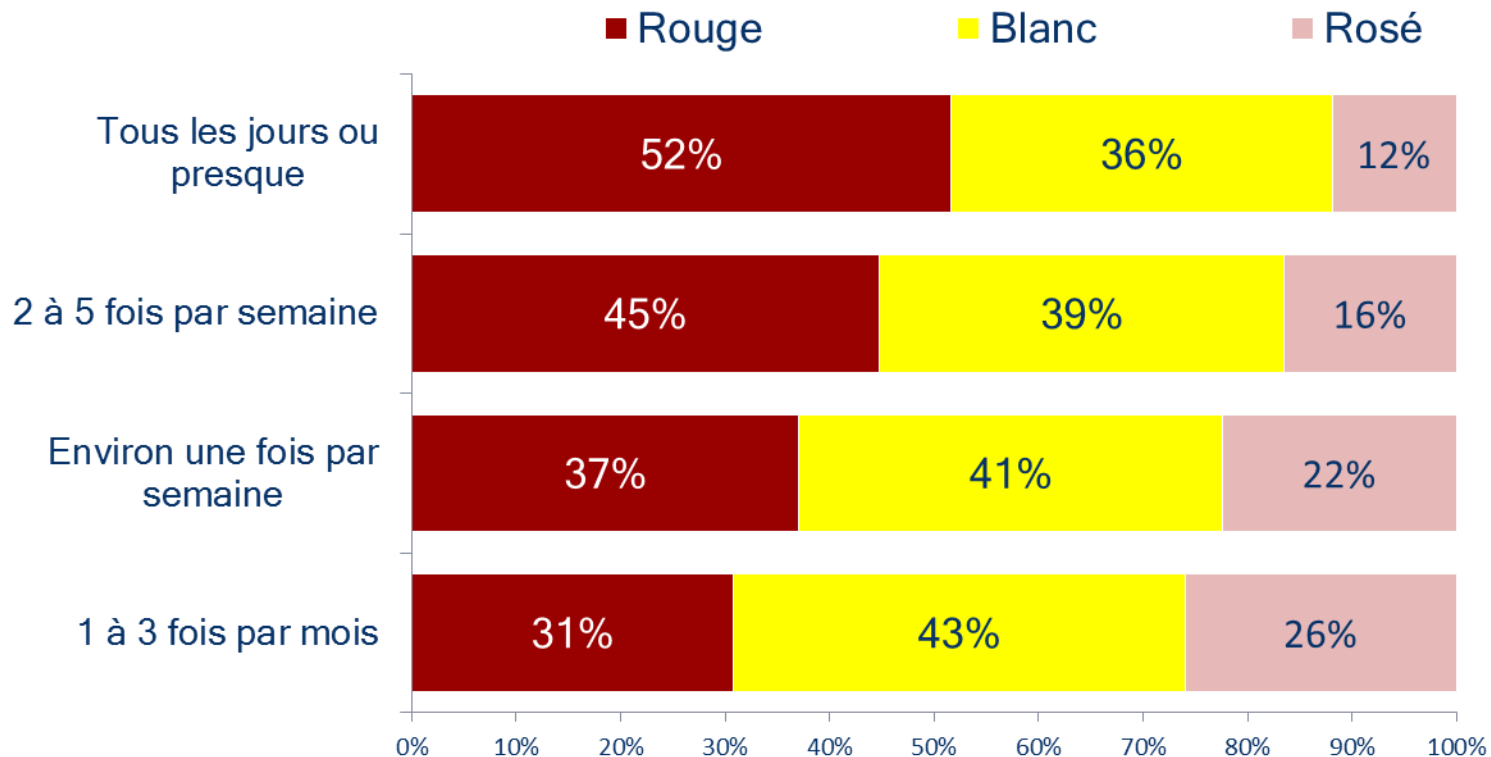
Le contexte du marché (4)

La consommation de vin blanc est portée par des consommateurs plutôt occasionnels



Ventilation des couleurs consommées : par fréquence de conso. de vin

Base : tous conso. de vin une fois par mois +



Source: Wine Intelligence, Vinitrac® UK, Avril 2012, n=2062 adultes britanniques conso. du vin une fois par mois +

SOMMAIRE



- Taille du marché et tendances
- Vins blancs connus et consommés
- Pistes de positionnement : consommateurs-cibles
- Conclusions

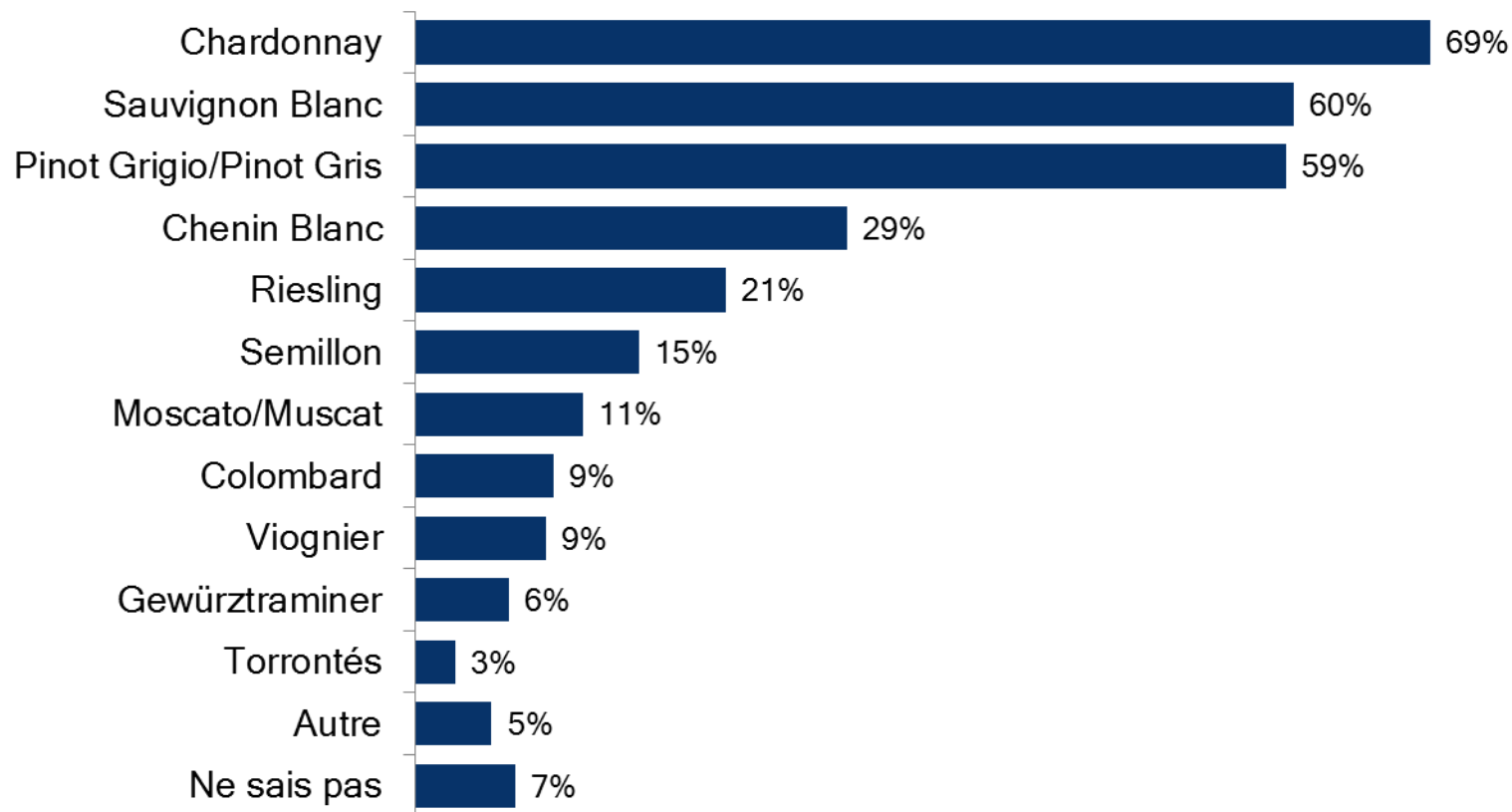
Les cépages consommés

Trois cépages tiennent toujours le haut du classement



Vins blancs : cépages consommés

Base : consommateurs de vin blanc (n=1887)



Source: Wine Intelligence, Vinitrac® UK, Avril 2012, n=2062 adultes britanniques conso. du vin une fois par mois +

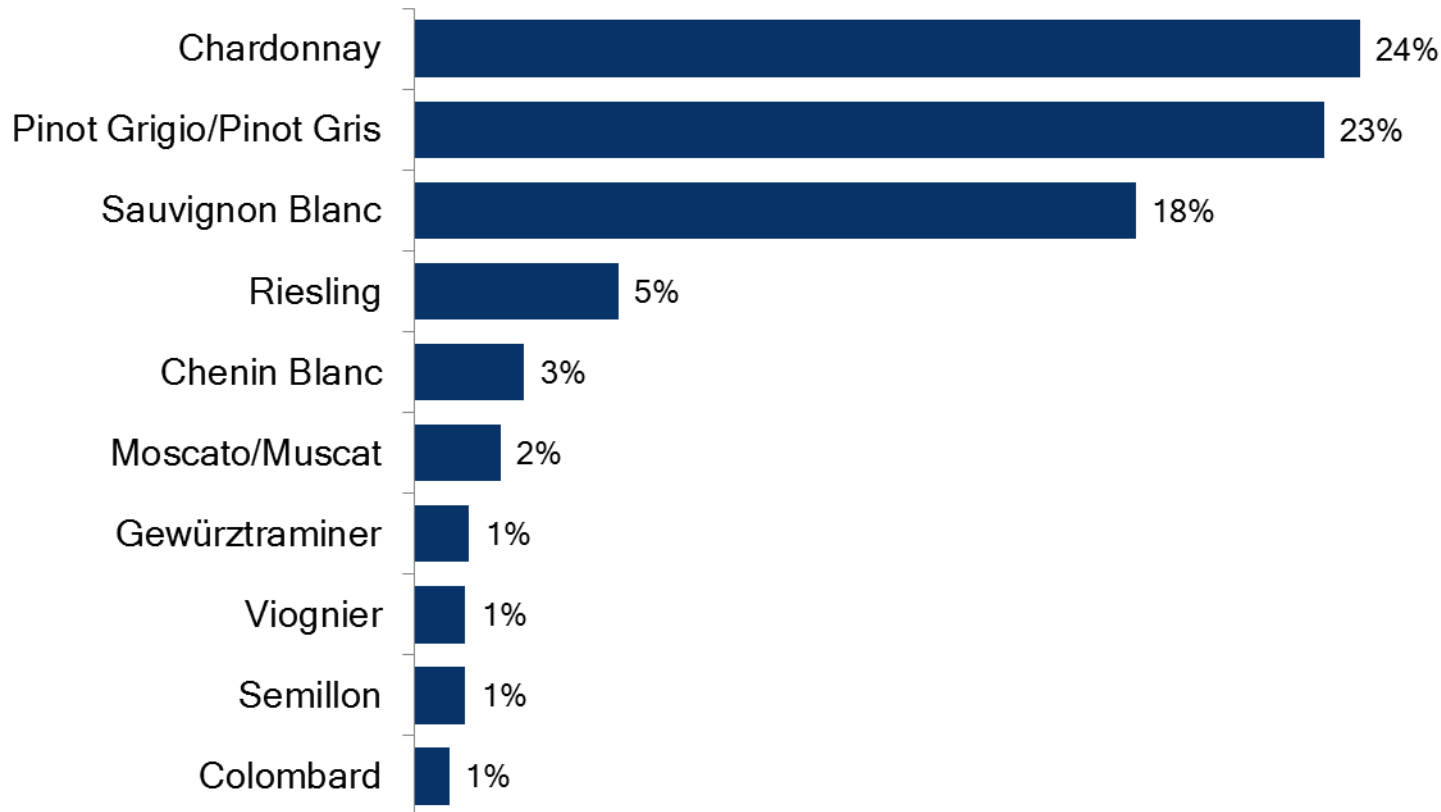
Les cépages préférés

Les trois cépages majeurs sont aussi les seuls à être capables de créer de la fidélité



Vins blancs : cépages préférés

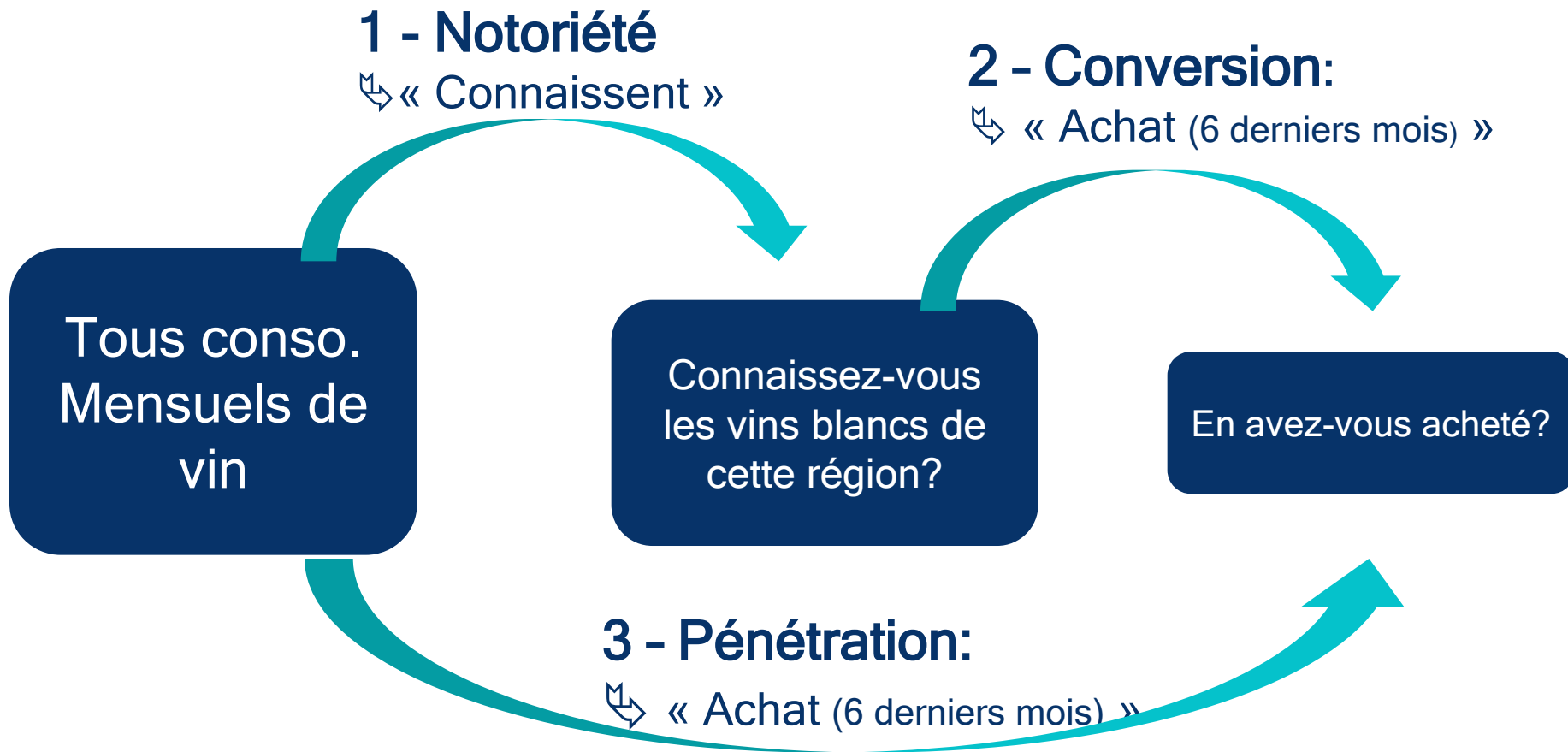
Base : consommateurs de vin blanc (n=1758)



Source: Wine Intelligence, Vinitrac® UK, Avril 2012, n=2062 adultes britanniques conso. du vin une fois par mois +

Vins blancs : bilan de performances des provenances

Le modèle Wine Intelligence



Notoriété assistée des provenances de vins blancs

Deux provenances ligériennes font parties du top-10



Notoriété assistée : TOP 10 provenances



Base : tous conso. de vins blancs

1	Chablis
2	Pinot Grigio from Italy
3	Bordeaux
4	Muscadet
5	Australia
6	Sauvignon blanc from New-Zeland
7	Chile
8	Loire Valley
9	Riesling from Alsace
10	Germany

Taux de conversion des provenances de vins blancs

Les françaises dégringolent au classement



Notoriété assistée : TOP 10 provenances



Base : connaissent / tous consommateurs de vins blancs

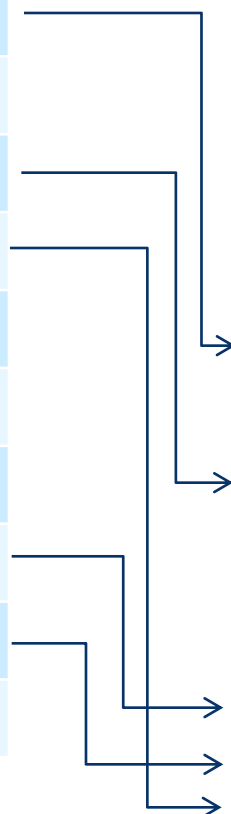
1	Chablis
2	Pinot Grigio from Italy
3	Bordeaux
4	Muscadet
5	Australia
6	Sauvignon blanc from New-Zealand
7	Chile
8	Loire Valley
9	Riesling from Alsace
10	Germany

Taux de conversion : TOP 10 provenances



Base : achètent / connaissent la provenance

6	Chablis
8	Bordeaux
9	Sancerre



n° 11
n° 13
n° 15

Taux de conversion des provenances de vins blancs

Le Nouveau-Monde démontre une excellente capacité à transformer leur notoriété en acte d'achat

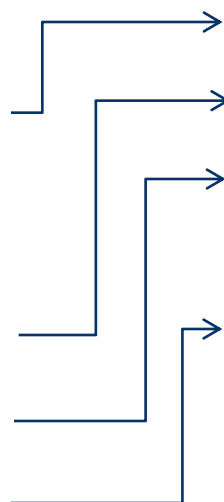


Notoriété assistée : TOP 10 provenances



Base : connaissent / tous consommateurs de vins blancs

1	Chablis
2	Pinot Grigio from Italy
3	Bordeaux
4	Muscadet
5	Australia
6	Sauvignon blanc from New-Zealand
7	Chile
8	Loire Valley
9	Riesling from Alsace
10	Germany



Taux de conversion : TOP 10 provenances



Base : achètent / connaissent la provenance

1	Pinot Grigio from Italy
2	Australia
3	Sauvignon blanc from New Zealand
4	Marlborough
5	Chile
6	Chablis
7	Pinot Grigio from the USA
8	Bordeaux
9	Sancerre
10	Germany

SOMMAIRE



- Taille du marché et tendances
- Vins blancs connus et consommés
- Pistes de positionnement : consommateurs-cibles
- Conclusions

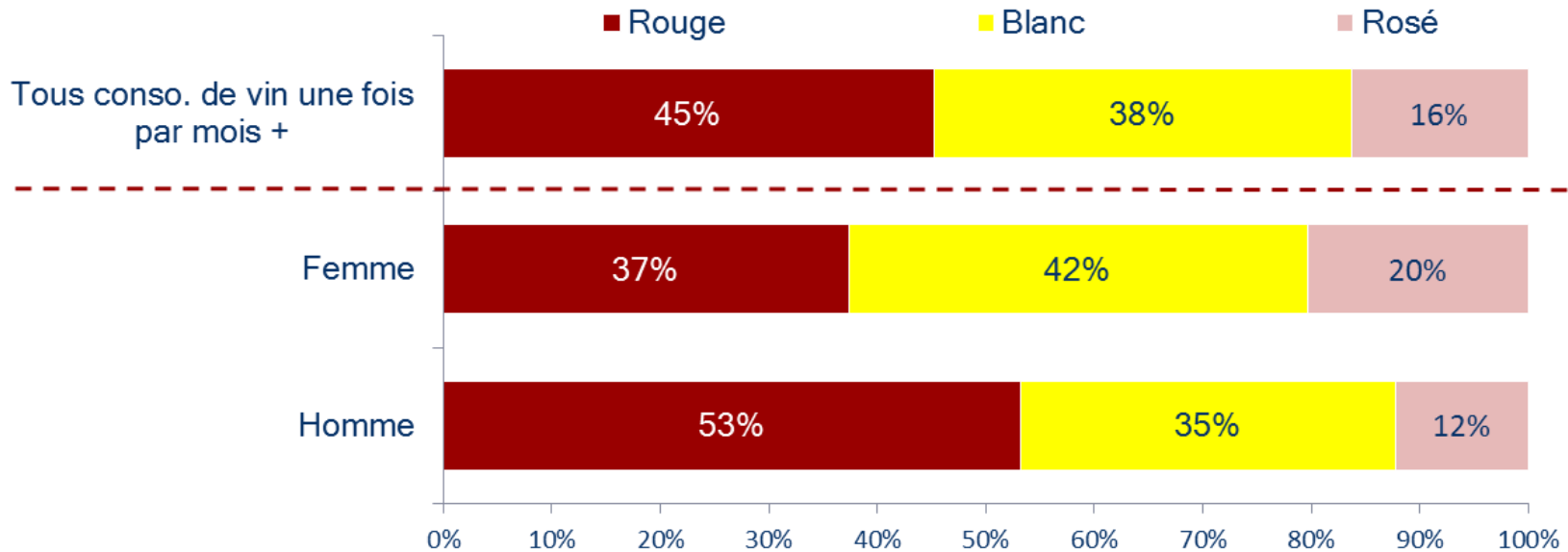
Consommateurs-cibles (1)

La consommation de vin blanc est portée par les femmes



Ventilation des couleurs consommées : par genre

Base : tous conso. de vin une fois par mois +



Source: Wine Intelligence, Vinitrac® UK, Avril 2012, n=2062 adultes britanniques conso. du vin une fois par mois +

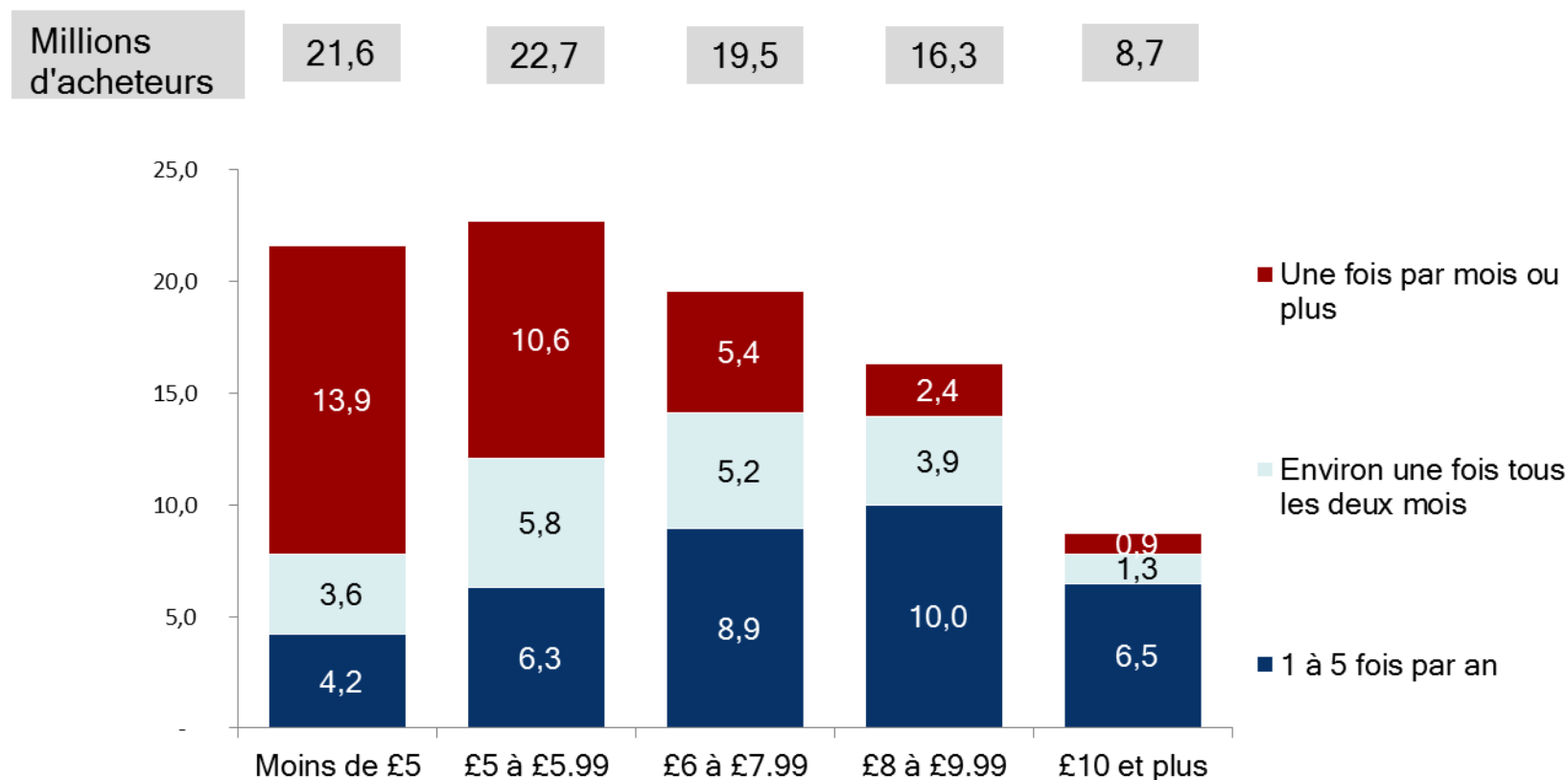
Consommateurs-cibles (2)

A chaque tranche de prix peut correspondre plusieurs cibles : les fréquents, les occasionnels et les rares



Vins blancs : fréquence d'achat par tranche de prix

Base : conso. mensuels de vin consommant du vin blanc



Source: Wine Intelligence, Vinitrac® UK, Décembre 2012, n=800 adultes britanniques conso. du vin une fois par mois +

Consommateurs-cibles (3)

Exemple : sur quel segment positionner un vin blanc dont le RRP est compris entre £8 et £9,99 ?



Segment 1 :

Achètent du vin blanc à £8-£9,99 une fois par mois ou plus

≈2,4 millions de consommateurs :

- 48% ont moins de 35 ans
- 53% sont impliqués dans le vin (segments-clés : *Generation Treaters* ou *Adventurous Connoisseurs*)

Segment 2 :

Achètent du vin blanc à £8-£9,99 une fois tous les deux mois

≈4 millions de consommateurs :

- 38% ont moins de 35 ans
- 61% sont moyennement impliqués dans le vin (segments-clés : *Mainstream At-Homers* et *Risk Averse Youngsters*)

Segment 3 :

Achètent du vin blanc à £8-£9,99 1 à 5 fois par an

≈10 millions de consommateurs :

- 22% ont moins de 35 ans
- Leur profil reflète la population générale

SOMMAIRE



- Taille du marché et tendances
- Vins blancs connus et consommés
- Pistes de positionnement : consommateurs-cibles
- Conclusions

Conclusions



- Une couleur solidement implantée auprès des consommateurs britanniques
- La tendance est au renforcement de la domination des trois cépages principaux (Chardonnay, Pinot Grigio et Sauvignon blanc)
- Les régions françaises bénéficient d'une excellente notoriété mais peinent à transformer celle-ci en acte d'achat
- Les consommateurs anglais n'hésitent pas à monter en gamme dans l'univers des vins blancs
- A chaque gamme de prix, il existe plusieurs segments de consommateurs, qui ne s'approchent pas tous de la même façon



MERCI POUR VOTRE ATTENTION

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à contacter:

Jean-Philippe Perrouty, Directeur

jean-philippe@wineintelligence.com

+33 (0)4 86 40 84 17