



VINS DE LOIRE

Quelle place pour les vins blancs de Loire dans le marché national et international?

Fanny GILLET – Responsable Service économie et études
INTERLOIRE – janvier 2013



Sommaire

1. Quelles sont les parts de marché volume des vins blancs de Loire?
2. Qui sont les consommateurs des vins blancs de Loire en France?
3. Quelles sont les tendances de consommation en France?
4. Dans quels pays la demande pour les vins blancs de Loire est soutenue?
5. Quelle est la concurrence des vins blancs?



VINS DE LOIRE

**1. Quelles sont les parts de
marché volume des vins blancs
de Loire*?**

a) Au sein du vignoble de Loire

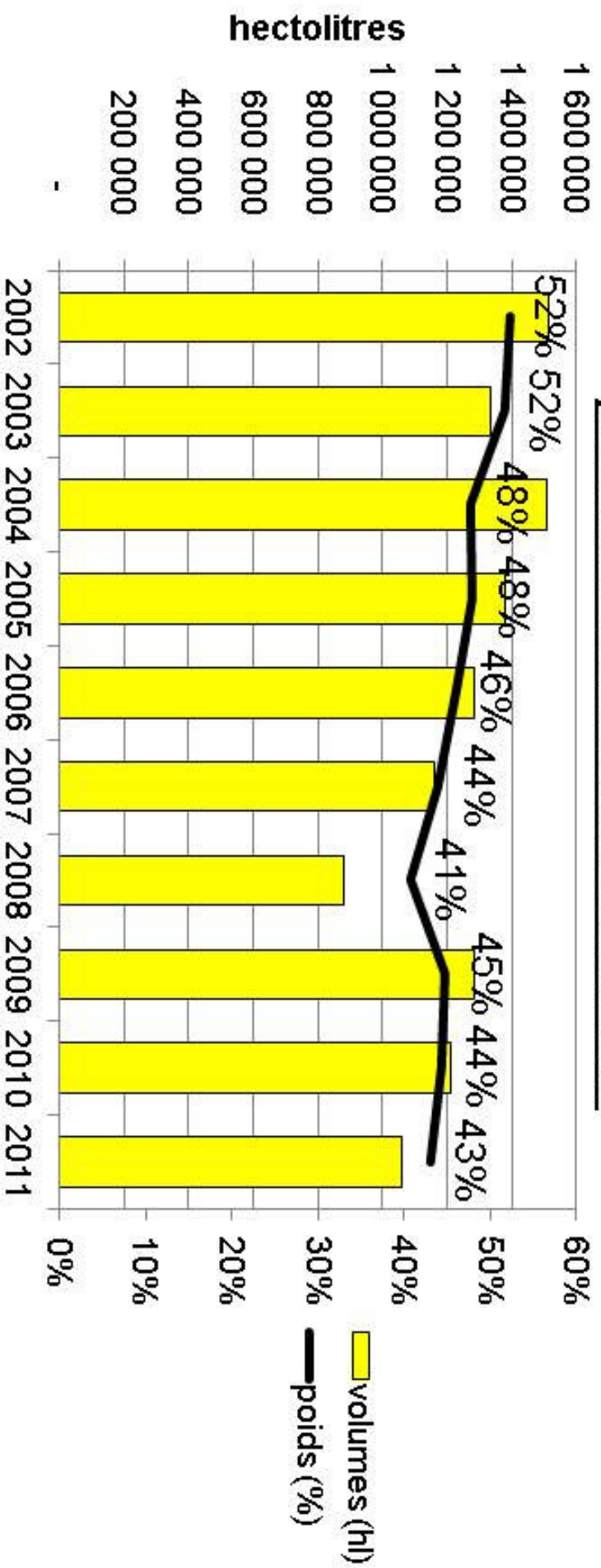
* Vins d'appellation



VINS DE LOIRE

La production de vins blancs est dominante dans le vignoble de Loire

Evolution des volumes récoltés de vins blancs d'appellation de Loire et de leur poids au sein des récoltes totales du bassin



Poids des vins blancs au sein des volumes récoltés des vins de Loire d'appellation

52% en 2002



44% en 2007



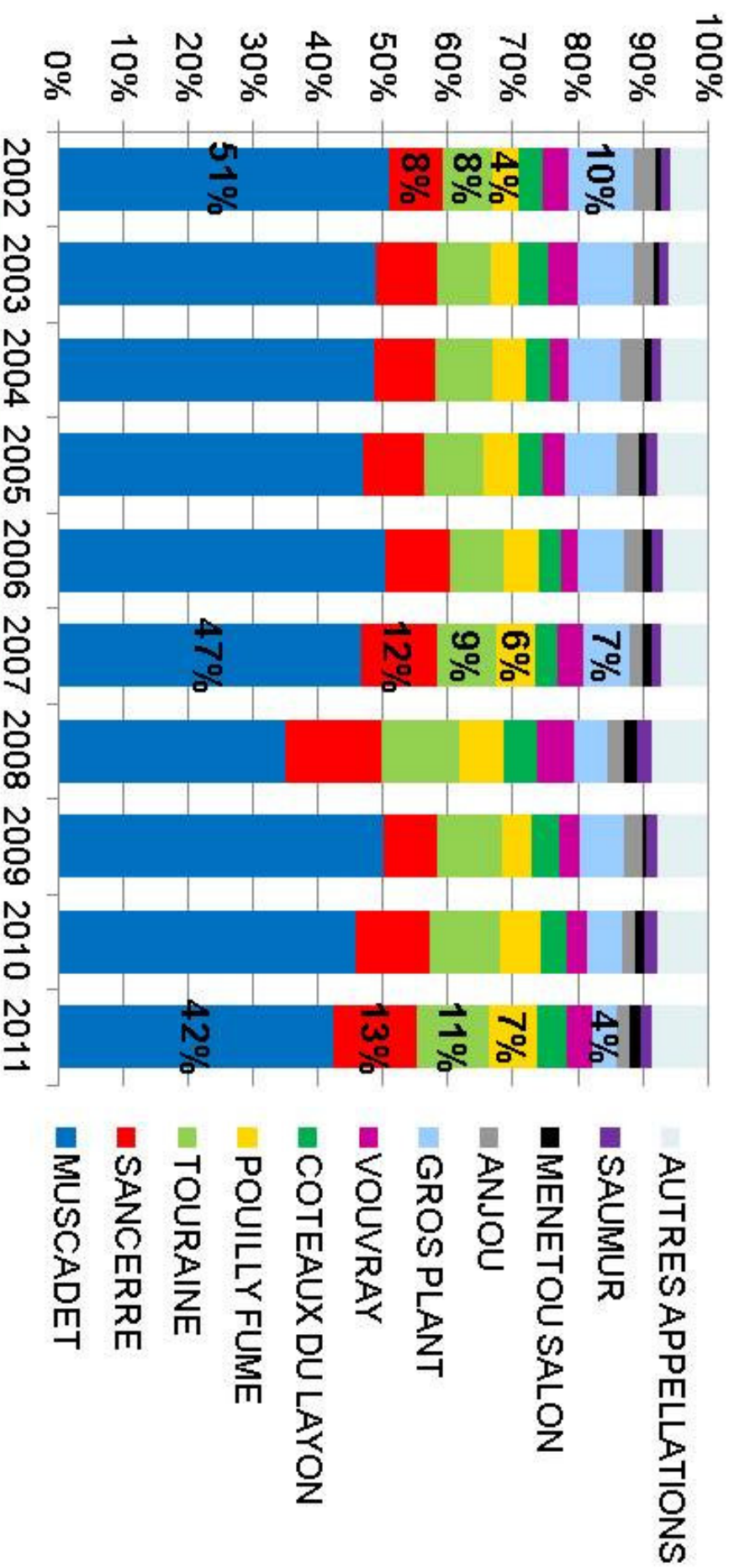
43% en 2011



VINS DE LOIRE

Le poids des vins issus de Sauvignon grandit

Les 10 principales appellations de vins de Loire produites: l'évolution de leurs parts de marché volume



10 appellations =
90% des volumes



VINS DE LOIRE

**1. Quelles sont les parts de
marché volume des vins blancs
de Loire*?**

b) En France

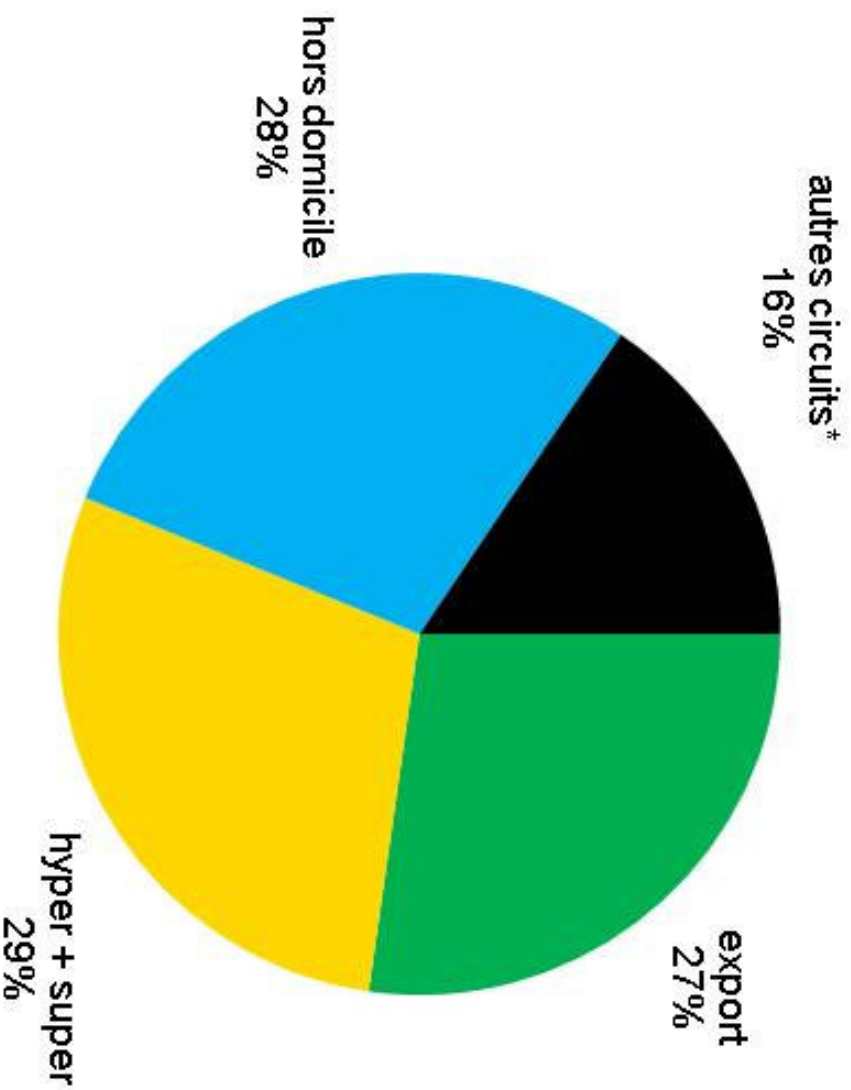
* Vins d'appellation



VINS DE LOIRE

3 bouteilles de vin blancs de Loire sur 4 sont vendues en France

Les circuits de distribution des vins blancs de Loire d'appellation (campagne 2011-2012)



* ventes au domaine, cavistes, hard discount, supérettes, etc.

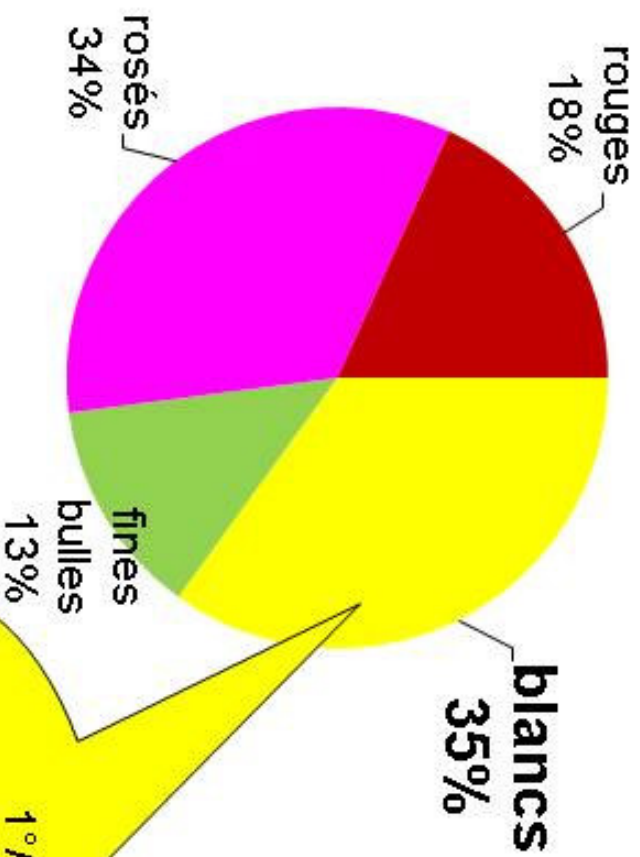


VINS DE LOIRE

Les blancs de Loire, autant vendus que les rosés en grande distribution

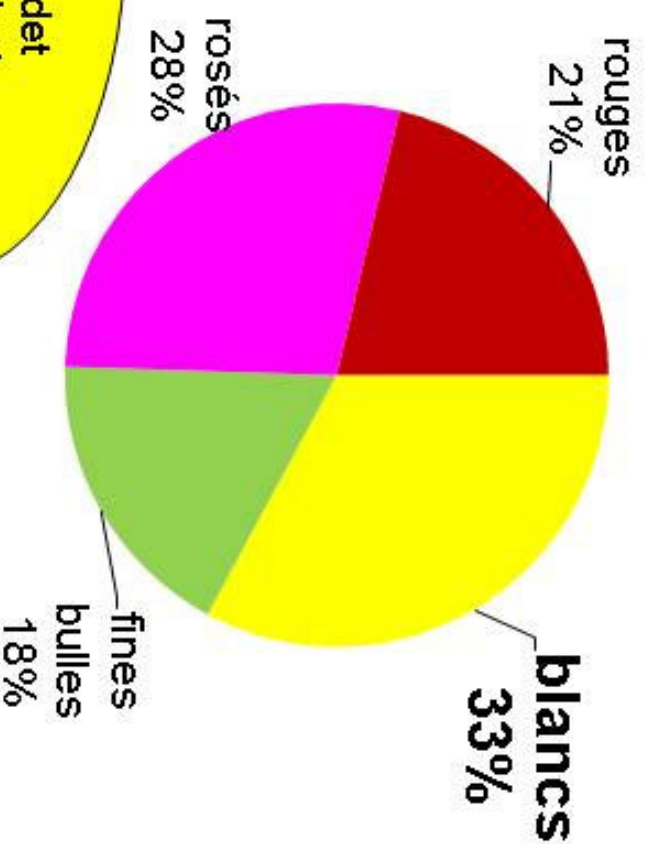
Répartition des ventes des vins de Loire en VOLUME par couleur en grande distribution

(CAM novembre 2012)



Répartition des ventes des vins de Loire en VALEUR par couleur en grande distribution

(CAM novembre 2012)

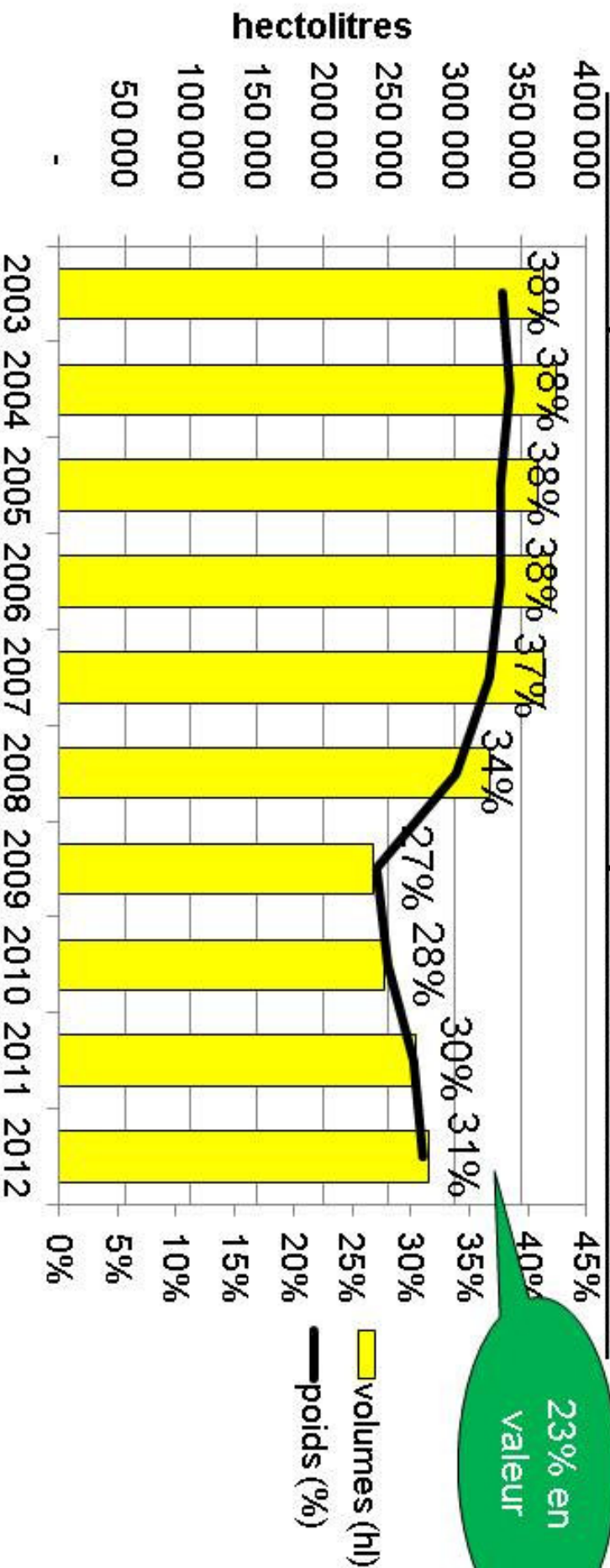




VINS DE LOIRE

Les vins blancs de Loire sont leaders des AOP blancs en grande distribution...

Evolution des ventes de vins blancs d'appellation de Loire dans les hypermarchés et supermarchés de France et de leur poids au sein des AOP blancs



Poids des vins blancs de Loire au sein des ventes en volume en grande distribution des AOP blancs

38% en 2003



36% en 2008



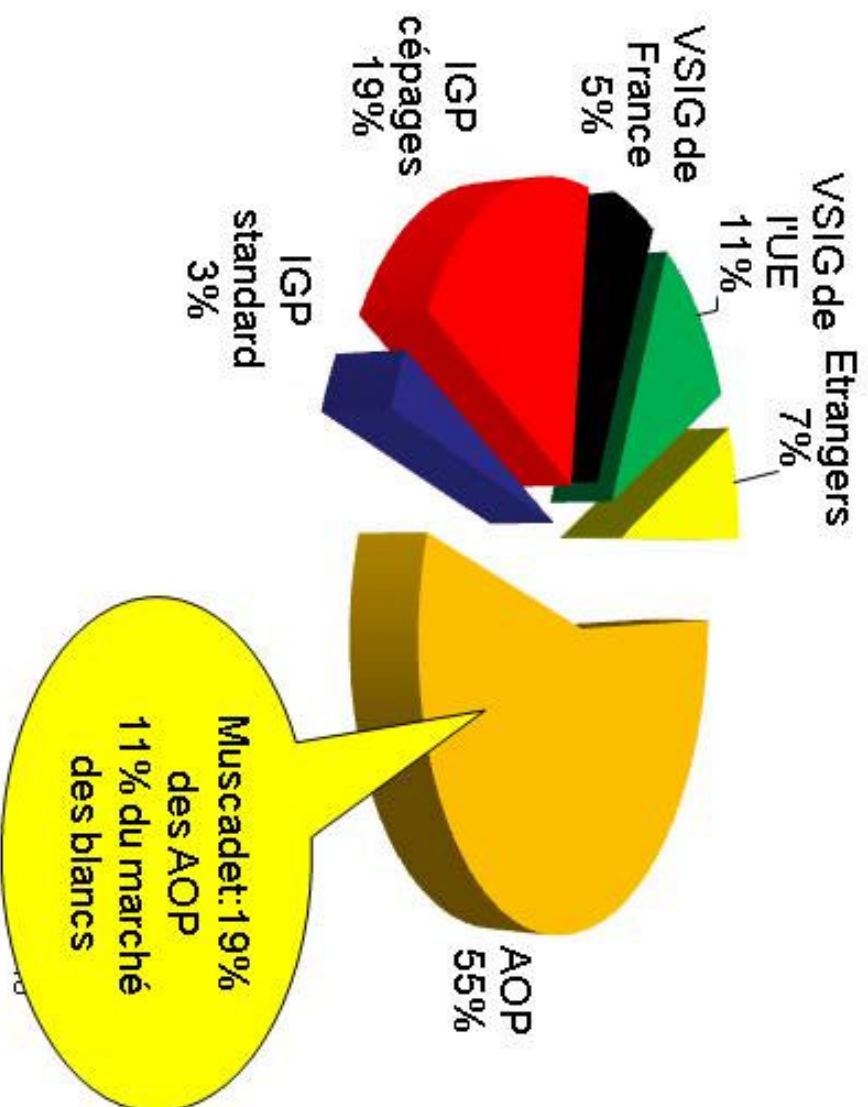
31% en 2012



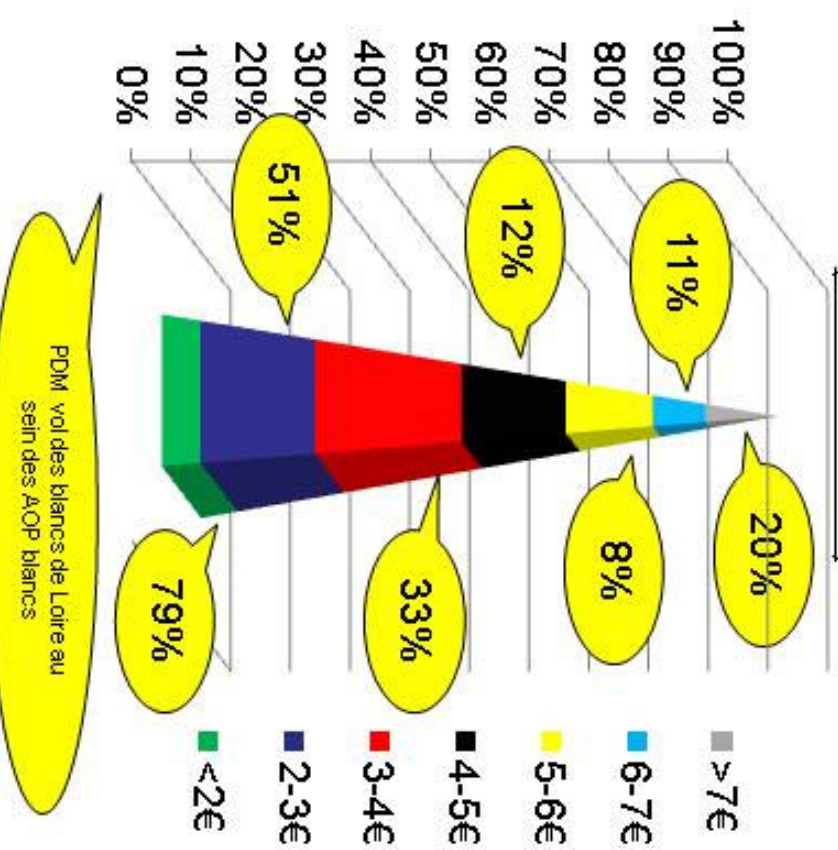
VINS DE LOIRE

... leaders dans les tranches de prix inférieures à 4€ le col

Marché des vins blancs en volume dans les hyper et super de France (CAM octobre 2012)



Zoom bouteilles 75 cl – AOP blancs : répartition des ventes par tranches de prix (CAM octobre 2012)





VINS DE LOIRE

**1. Quelles sont les parts de
marché volume des vins blancs
de Loire*?**

c) A l'export

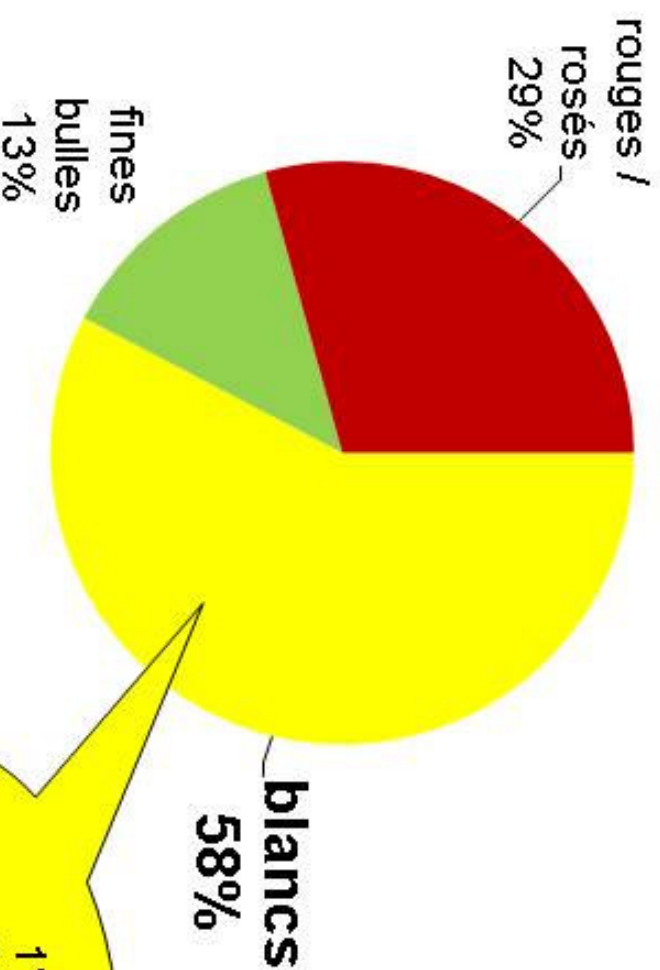
* Vins d'appellation



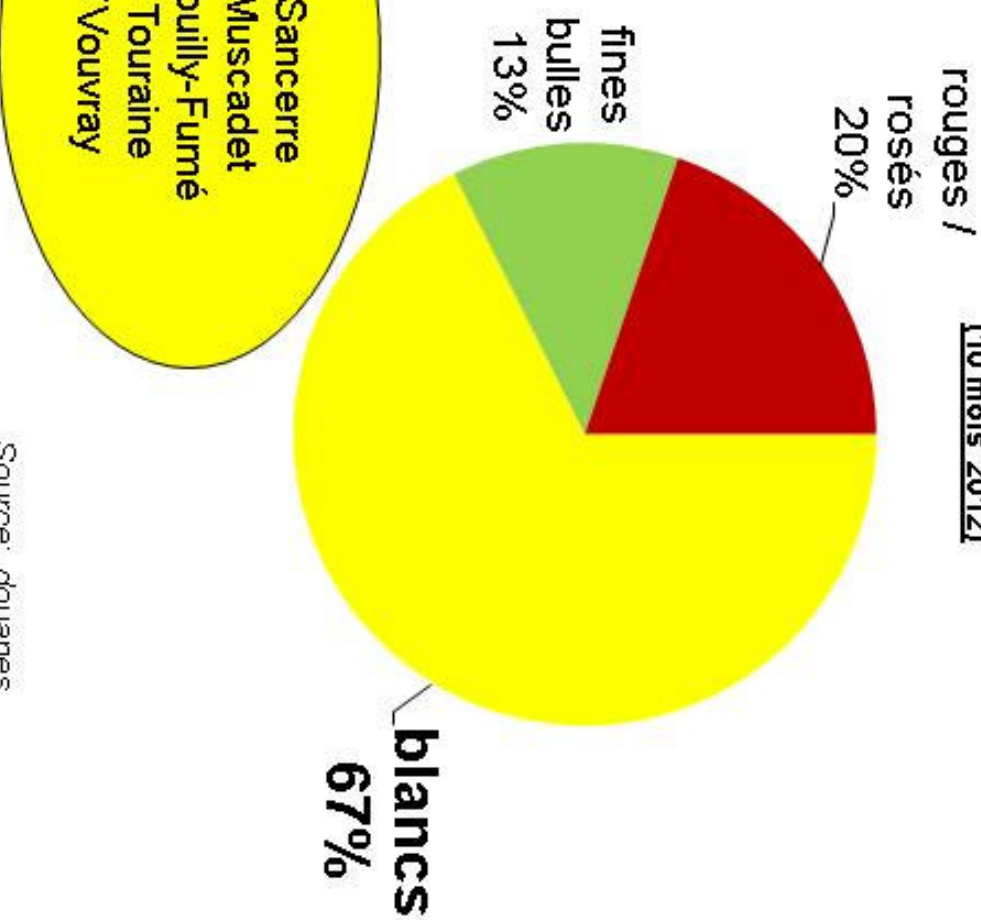
VINS DE LOIRE

Les exportations des vins de Loire sont dominés par les blancs

Répartition des vins de Loire exportés en
VOLUME par couleur
(10 mois 2012)



Répartition des vins de Loire exportés en
VALEUR par couleur
(10 mois 2012)





VINS DE LOIRE

A l'export, les vins blancs de Loire sont n°2 en volume derrière la Bourgogne

**Poids des vins blancs au sein
des ventes en volume en
grande distribution des AOP
blancs (10 mois 2012)**

Rang	Pays	Répartition des volumes	Parts de marché volume au sein des AOP blancs
1	Royaume-Uni	26%	26%
2	Etats-Unis	23%	32%
3	Belgique	12%	20%
4	Canada	7%	25%
5	Allemagne	7%	21%
6	Pays-Bas	6%	17%
7	Japon	4%	12%
8	Australie	2%	42%
9	Danemark	2%	14%
10	Irlande	2%	23%
	Top 10	90%	23%
	Top 140	100%	21%

PDM supérieure à la moyenne dans les pays anglo-saxons

Poids des vins blancs de Loire au sein des exportations en volume des AOP blancs

38%
en 2003



36%
en 2008



31%
en 2012



VINS DE LOIRE

2. Qui sont les consommateurs des vins blancs de Loire* en France?

**a) Qui consomme des vins
blancs en France?**

* Vins d'appellation



1 ménage sur 2 achète chaque année du vin blanc d'appellation

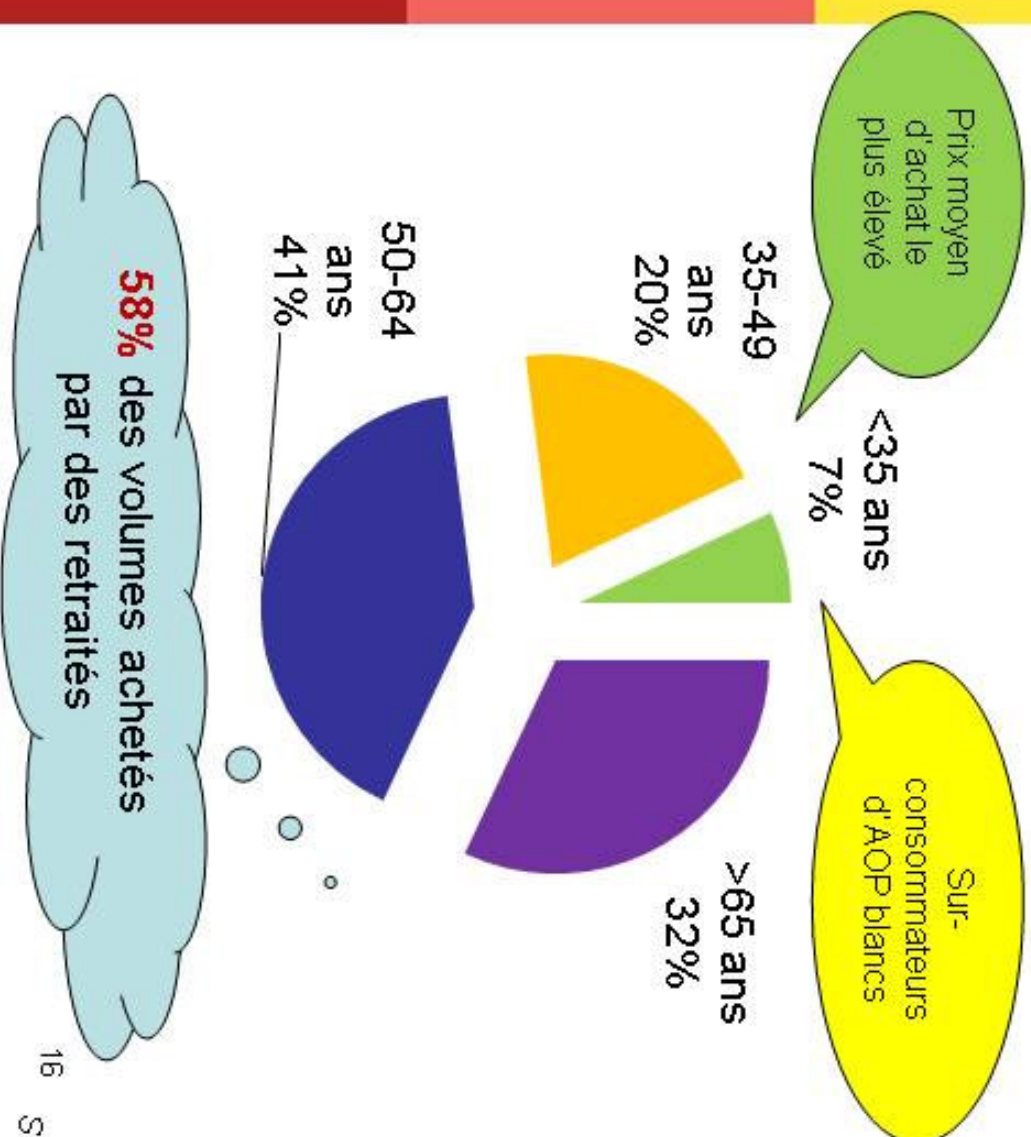
- **53%** des ménages français achètent des vins blancs AOP pour leur consommation à domicile
- Ils en achètent en moyenne **4 fois par an**.
- Au cours de chaque acte, ils achètent en moyenne l'équivalent de **2,1 cols**.
- **22%** des dépenses annuelles en vins tranquilles sont consacrés aux AOP blancs.
- **65%** des volumes achetés par les femmes.



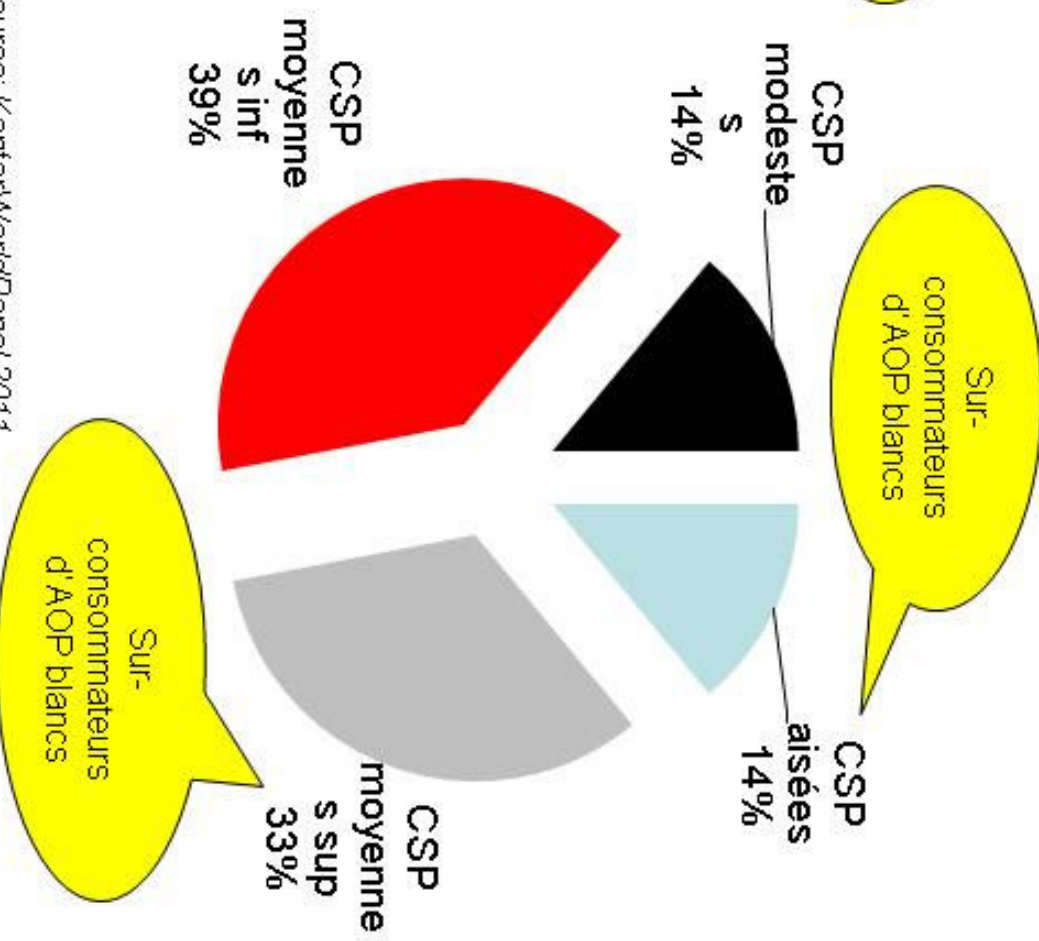
VINS DE LOIRE

Les vins blancs d'appellations sont sur-consommés par les ménages aisés ou de CSP+

Répartition des volumes achetés de vins blancs d'appellation par tranche d'âge



Répartition des volumes achetés de vins blancs d'appellation par CSP





VINS DE LOIRE

2. Qui sont les consommateurs des vins blancs de Loire* en France?

b) Quels sont les profils des
consommateurs des vins de
Loire?

* Vins d'appellation



VINS DE LOIRE

Le potentiel de valorisation des vins blancs de Loire est plus important pour ceux vendus à plus de 3€ le col

- Vins de Loire à moins de 3€ le col: **4,2 millions** de ménages français acheteurs
 - Comparativement aux consommateurs de vins blancs d'appellation:
 - **Moins aisés**
 - **Plus ruraux**
 - **Plus résidents de l'ouest de la France**
- Vins de Loire entre 3€ et 5€ le col: **2,4 millions** de ménages français acheteurs
 - Vins de Loire à plus de 5€ le col: **1,3 million** de ménages français acheteurs
 - Comparativement aux consommateurs de vins blancs d'appellation:
 - **Plus aisés**
 - **Plus urbains**
 - **Plus résidents de l'ouest de la France, de l'IDF et du centre-ouest**
 - **Plus retraités et plus cadres**
 - **Plus >65 ans et plus <35 ans**



VINS DE LOIRE

3. Quelles sont les tendances de consommation en France?

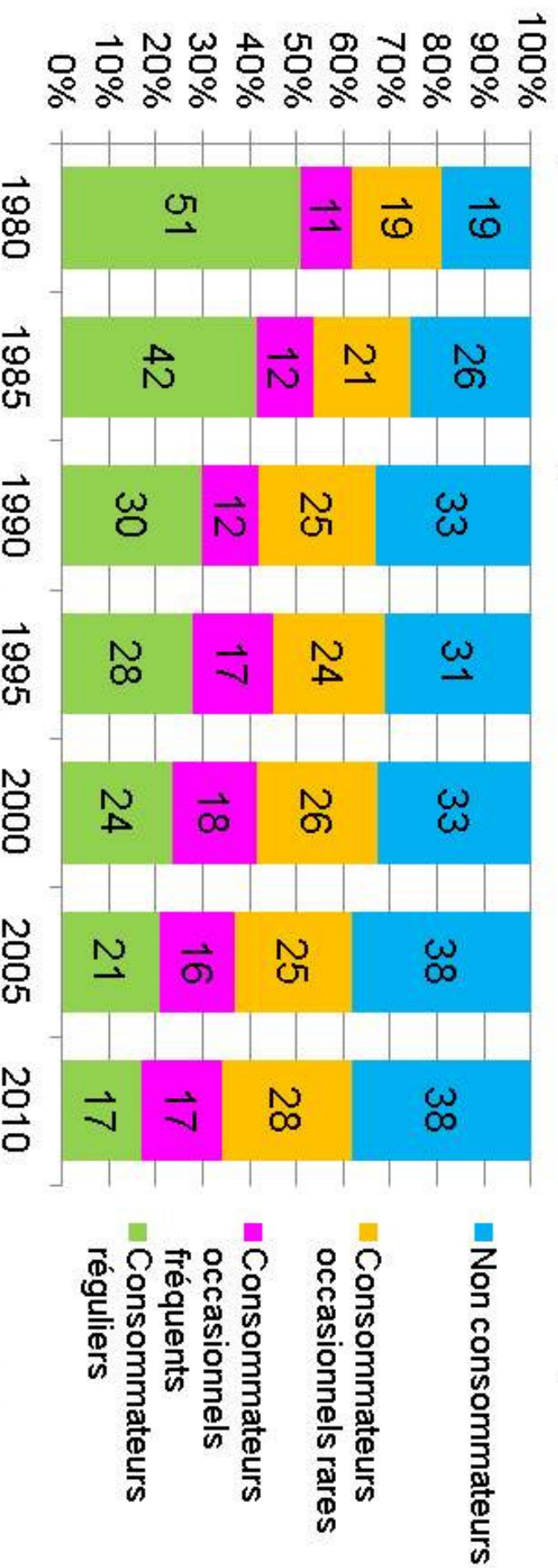


VINS DE LOIRE

Une consommation en décroissance privilégiant la qualité et qui est de plus en plus occasionnelle

- Vins d'appellation:
 - Fin des années 60: 10% de la consommation
 - Début des années 2000: les 2/3 de la consommation

Evolution de la fréquence individuelle de consommation du vin en France



75 bouteilles par Français

60 bouteilles par Français



VINS DE LOIRE

L'image du vin en France est positive et son capital sympathie puissant

- Occasions de consommation:
 - Pour **60%** des Français, le vin se consomme pour les **grandes occasions**.
 - **Davantage consommé au cours de dîners/déjeuners avec invités** qu'au cours de repas ordinaires
- **29%** des Français le jugent **branché** (38% chez les 25-34 ans)
- **87%** des Français **offrent** du vin lorsqu'ils sont invités.



Le consommateur recherche de la proximité et du relationnel

- **Circuits:**
 - En GD: **ventes des vins tranquilles >5€ le col en croissance** au détriment des entrées de gamme
 - Cavistes: **croissance du parc**
 - recherche de conseils et de choix dans les vins
 - Domaines:
 - recherche de contact avec le producteur, de possibilité de dégustations, d'explications et de connaissances autour des vins
 - Bars à vins: **concept qui prend de l'ampleur**
 - recherche de lieux conviviaux, et de vins de qualité, sortant des sentiers battus



Le consommateur recherche de la proximité et du relationnel

- Conditionnements:
 - En GD: **développement du BIB**
 - Restauration: **vins au verre** de plus en plus proposés
- Couleurs:
 - Rouges: **de – en – de consommateurs et des quantités de + en + faibles**
 - Rosés: **de + en + de consommateurs**
 - Blancs: **stabilité des consommateurs et des quantités**



En restauration à table, les ventes de vins au verre prennent du poids

- Ce qui se développe en 2012:
 - Les plats du jour
 - Les cafés gourmands
 - Les vins au verre



- **98%** des restaurants proposent des vins au verre en 2012
- Ils sont remplis le plus souvent par des bouteilles 75cl et de plus en plus par des BIB.
- Les vins au verre représentent **20%** des volumes vendus (43% pour les 75 cl)



Les bars à vins: un concept en plein développement

- Une clientèle avant tout **féminine** (2 / 3)
- 3 raisons principales de fréquentation d'un bar à vins:
 - Fréquenter un lieu plus **convivial** que les bars ou les restaurants
 - Déguster des **vins de qualité**
 - **Découvrir** de nouveaux vins, de nouvelles saveurs



© Philippe ROY



Le caviste plébiscité pour la relation avec la clientèle et pour le choix

- Parc en **augmentation**
- **AOP** privilégiées
- **Un ménage français sur 4** a fréquenté le réseau des cavistes en 2010
- Élément fort de la fréquentation du circuit : relation avec la clientèle pour l'accueil mais aussi pour le conseil sur le choix des vins ou sur des accords mets-vins



Recherche de proximité / de relationnel



La fréquentation des domaines pour le relationnel et la connaissance

- **4 ménages français sur 10** ont acheté du vin directement au domaine en 2010



- Éléments forts de la fréquentation des domaines:

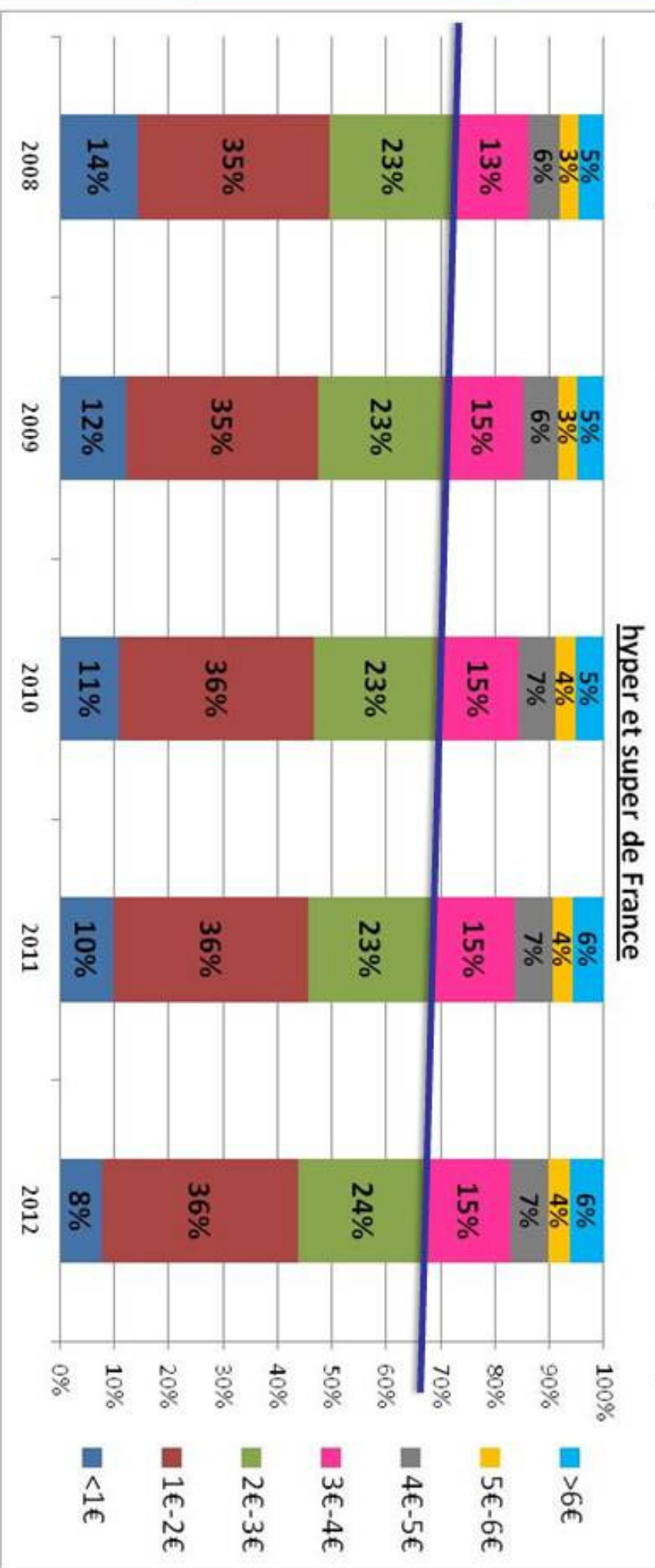
- La connaissance des vins,
- Les explications apportées,
- Le contact avec le producteur
- La possibilité de déguster

Recherche de
proximité / de
relationnel

- **68%** des ménages achetant du vin à la propriété déclarent venir chaque année chez le même producteur.
- **58%** des ménages français partant en vacances, en week end ou en courts séjours achètent des vins locaux.

En grande distribution, les ventes de vins tranquilles à plus de 3€ le col se développent au détriment des entrées de gamme

Evolution de la répartition des ventes de vins tranquilles par tranches de prix dans les





VINS DE LOIRE

4. Dans quels pays la demande pour les blancs de Loire est soutenue?



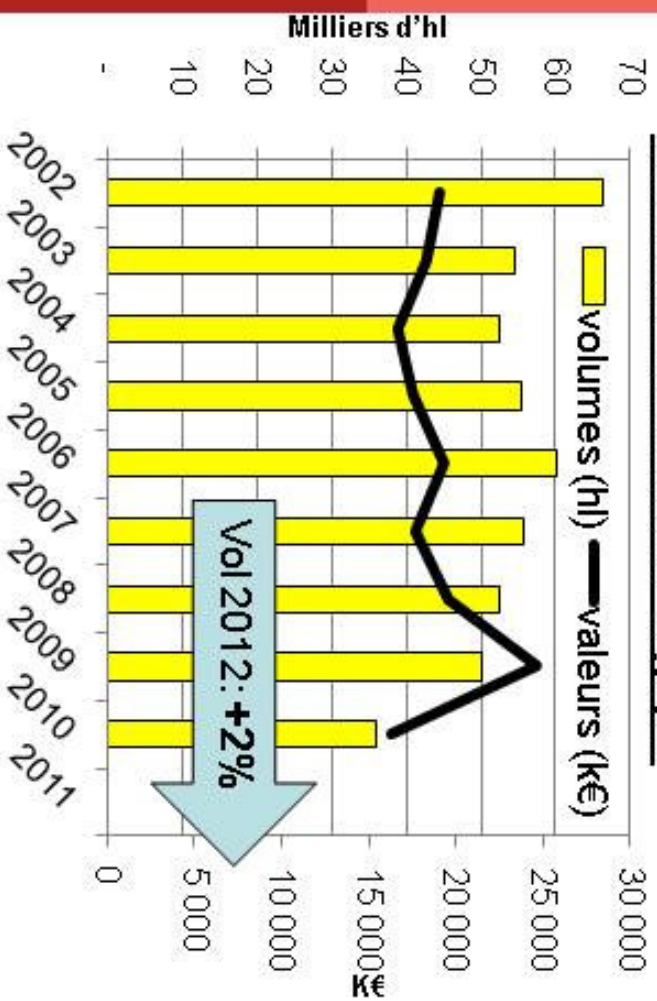
VINS DE LOIRE

La croissance est de retour sur les principaux marchés export des vins blancs de Loire

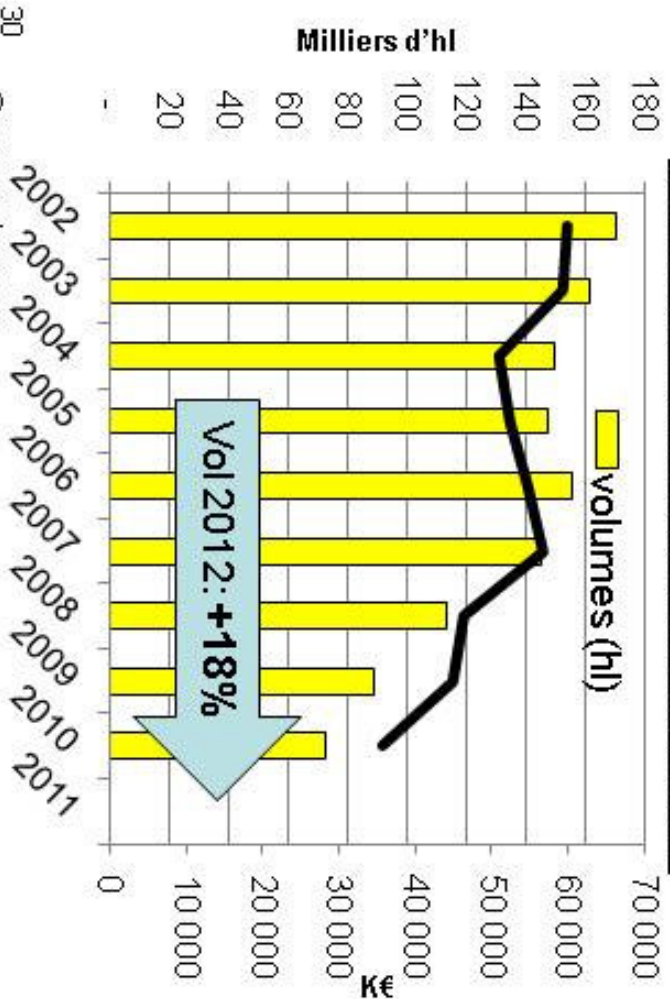
- **3 marchés principaux** pour les vins blancs de Loire (2/3 des volumes):

- Royaume-Uni
- Etats-Unis
- Belgique

Evolution des exportations des vins blancs de Loire vers la Belgique



Evolution des exportations des vins blancs de Loire vers le Royaume Uni



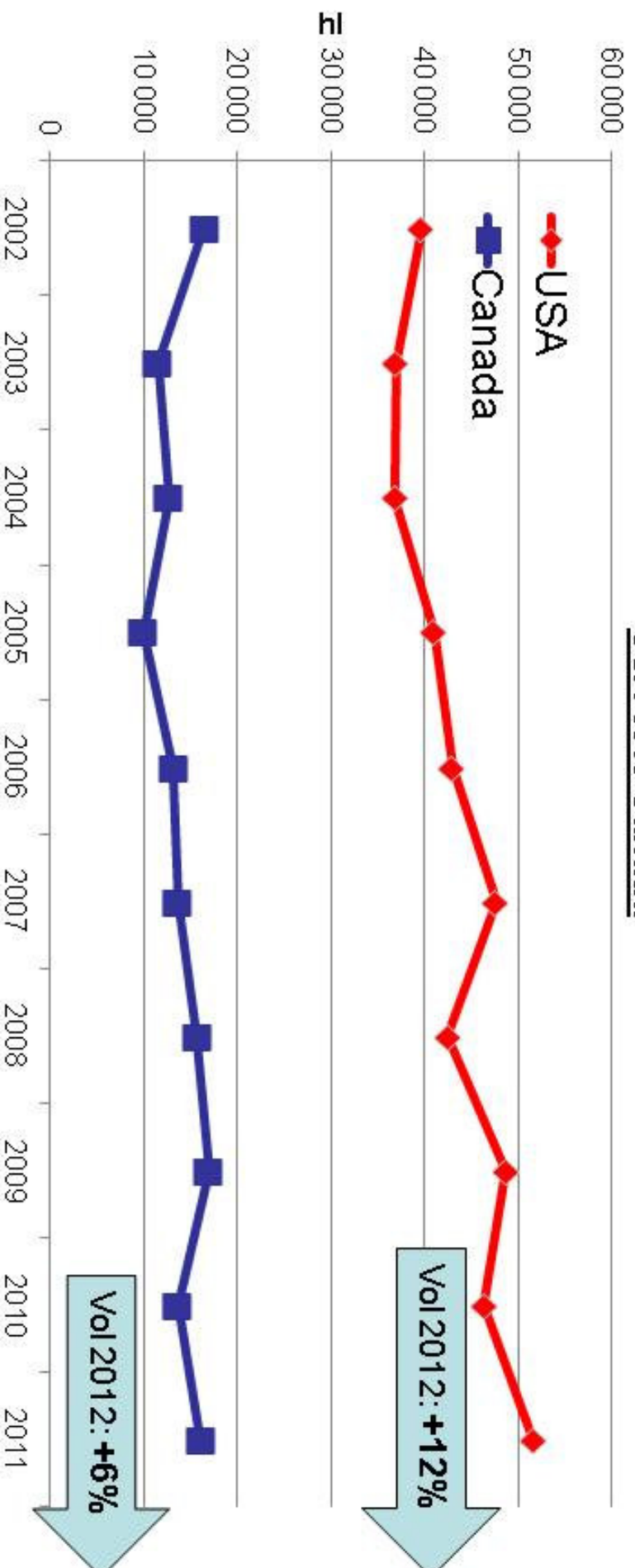


VINS DE LOIRE

Le marché nord-américain a augmenté sa demande en vins blancs de Loire en 5 ans (+10%)

Evolution des exportations des vins blancs de Loire en volume vers les

USA et le Canada



- Croissance au **Japon** et également en **Australie**, au **Danemark**, aux **Pays-Bas**, aux **Emirats Arabes Unis**, en **Irlande**, en **Norvège**, en **Suède** et en **Suisse**.



VINS DE LOIRE

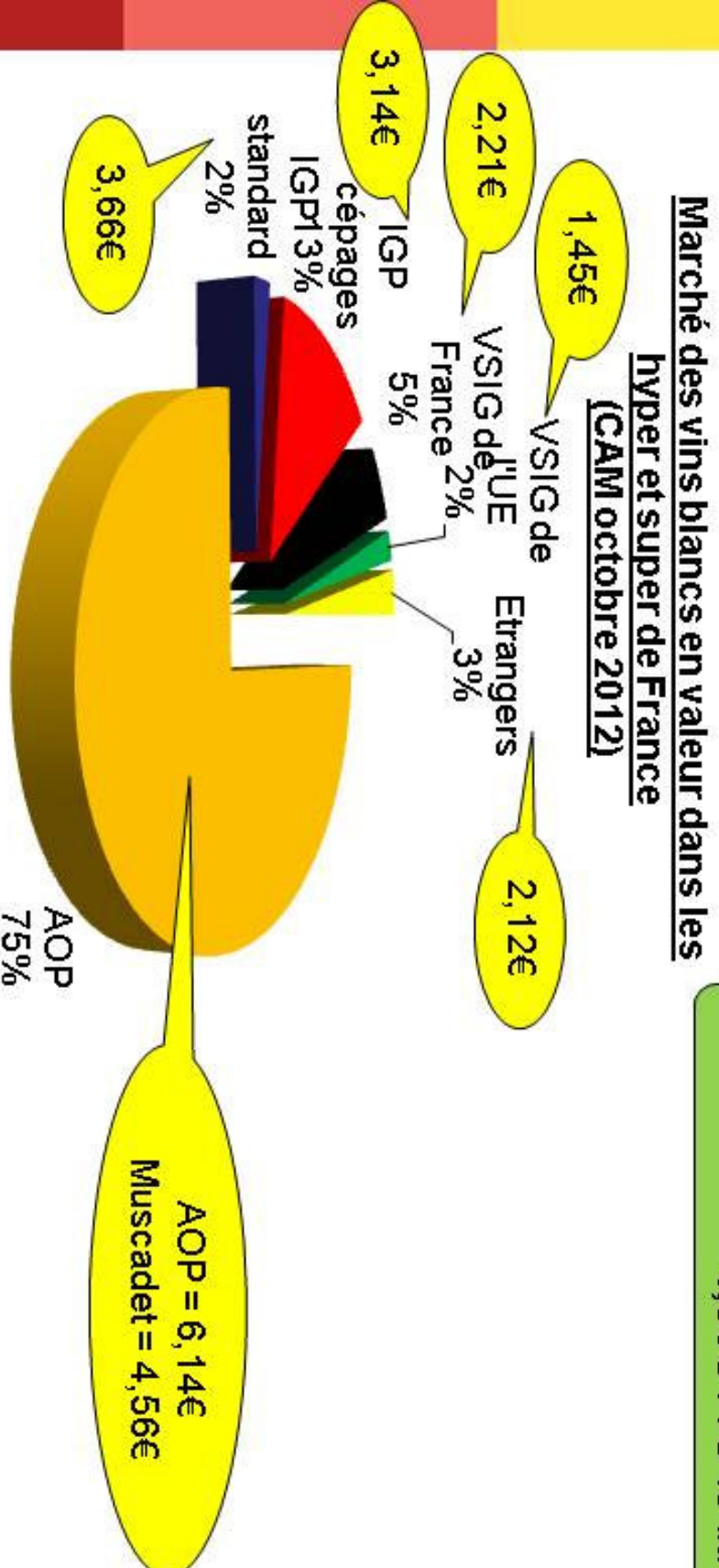
**5. Quels sont les concurrents
des vins blancs de Loire?**



VINS DE LOIRE

Contre qui se battre en GD?

Prix moyen du marché des vins blancs =
4,56€ TTC le litre





VINS DE LOIRE

Ce qu'il faut retenir

Un poids rendant le vignoble de Loire incontournable sur les marchés majeurs et matures en France et à l'export

