

# ÉTUDES Vin et Cidre



- Janvier 2021

## Étude de l'approvisionnement de la restauration en vin auprès des grossistes et Cash&Carry

La consommation de repas hors domicile est de plus en plus répandue en France. Cette manière de consommer à l'extérieur du domicile impacte les marchés de tous les produits alimentaires, dont les vins, de différentes façons. Le circuit de la consommation de repas hors domicile demeure un relais de croissance important à étudier pour les vins, notamment en considérant la baisse tendancielle de la consommation au domicile. Le CNIV et FranceAgriMer ont décidé de mettre en place une étude ayant pour but d'étudier en détail ce circuit afin de quantifier l'approvisionnement et l'offre de vin hors domicile.

### Méthodologie de l'étude

Cette étude a été réalisée par le cabinet IRI-Gira FoodService à la demande du CNIV et de FranceAgriMer dans le but de quantifier, en volume et en valeur, les achats de vins réalisés par la restauration commerciale auprès de la distribution organisée. Ce document reprend les résultats de l'année 2019 comparés à ceux de l'année précédente. La méthodologie quantitative de IRI-GIRA Foodservice porte sur la collecte des données de vente des principaux distributeurs organisés de la restauration commerciale : les grossistes boissons, les grossistes généralistes et les cash & carry. Le périmètre des achats de la restauration commerciale en distribution organisée est estimé à plus de 41 % du marché en volume. Plus de la moitié des achats de vins s'opère en direct à la propriété.

### Contexte de l'étude: la restauration commerciale, un circuit porteur

La consommation hors domicile <sup>1</sup> est dynamique depuis plusieurs années et se consolide. En 2019, le chiffre d'affaires de la

Consommation Hors Domicile (CHD) a augmenté de 3 % par rapport à l'année précédente notamment *via* une hausse importante du chiffre d'affaires du secteur de la restauration commerciale<sup>2</sup> (café, hôtel, restaurant ...).

La croissance de la CHD s'accompagne aussi d'une progression du nombre de repas (+2% en un an) ainsi que d'une offre de plus en plus dense.

Le secteur de la CHD s'appuie sur différents atouts en adéquation avec les nouvelles attentes consommateurs: une offre en renouvellement perpétuel, une relation client moderne et en développement intégrant de nouvelles technologies ou encore des Fast-food très plébiscités par les consommateurs.

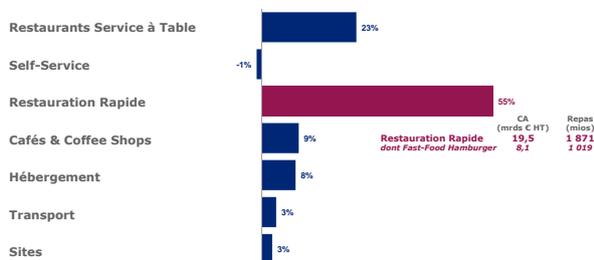
Au sein de la CHD, la restauration commerciale sort du lot en contribuant très fortement à la croissance du circuit. Les établissements de la restauration commerciale sont de plus en plus visités et nombreux. Dans cette catégorie, les Fast-food sont toujours très compétitifs et

<sup>1</sup> CHD: Consommation Hors Domicile = toute la consommation alimentaire réalisée en dehors du domicile

<sup>2</sup> Restauration commerciale = tous les établissements ayant pour objectif de gagner de l'argent au travers des prestations fournies aux clients à l'exception de la restauration collective

mettent à profit les outils digitaux, le click & collect et la livraison à domicile pour s'imposer.

### Contribution des différents secteurs à la croissance du marché de la restauration commerciale en valeur



Source: Etude Foodservice France 2020 publiée par GIRA Foodservice

Les changements et la diversification des modes de consommation offrent des opportunités au secteur qui s'adapte pour répondre à la demande. Par exemple, les services de livraison de repas à domicile sont en forte croissance (+55% de chiffre d'affaires en 2019 vs 2018) avec un réseau d'acteurs qui se structure, une couverture géographique de plus en plus large et un nombre de références qui se développe. Néanmoins, ces services de livraison semblent, à l'heure actuelle peu propice à l'achat de vin. Les attentes consommateurs sont également un enjeu pour les établissements de la restauration commerciale. Le circuit s'adapte à une demande en recherche de naturalité, d'authenticité ou encore de personnalisation.

Bien que cette synthèse ne traite pas de l'année 2020, cette dernière est néanmoins une année marquante et atypique pour le circuit de la consommation hors domicile. Les différentes phases de confinement et de limitation des déplacements due à l'épidémie de la Covid19 ont eu un impact fort et des conséquences qui risquent de marquer durablement le secteur.

### Le vin en distribution organisée

En 2019, les ventes de vin de la distribution organisée à destination de la restauration commerciale sont stables sur un an et de l'ordre de 1,9 million d'hl. La progression du prix moyen des vins vendus explique la valorisation de 2% des ventes de vin, à 860 millions d'euros.

### Évolutions des vins tranquilles achetés auprès de la distribution organisée – volume et valeur



Source: Panel de ventes des vins de la distribution organisée à destination de la CHD – IRI-Gira FoodService

### Résultats par catégorie de vins: des ventes de vins effervescents en croissance en volume comme en valeur

Les vins tranquilles représentent plus de 90% des ventes en volume de la distribution organisée en 2019. Au global, les vins tranquilles sont en léger recul de -0,6% en volume. La catégorie des Vins de France (SIG) est particulièrement dynamique au détriment des VSIG UE<sup>3</sup>. Les vins AOP et IGP portent l'essentiel de la valorisation du global vin, avec un prix moyen de vente en progression. En ce qui concerne les vins étrangers, ils sont en recul et ce, quel que soit leur provenance.

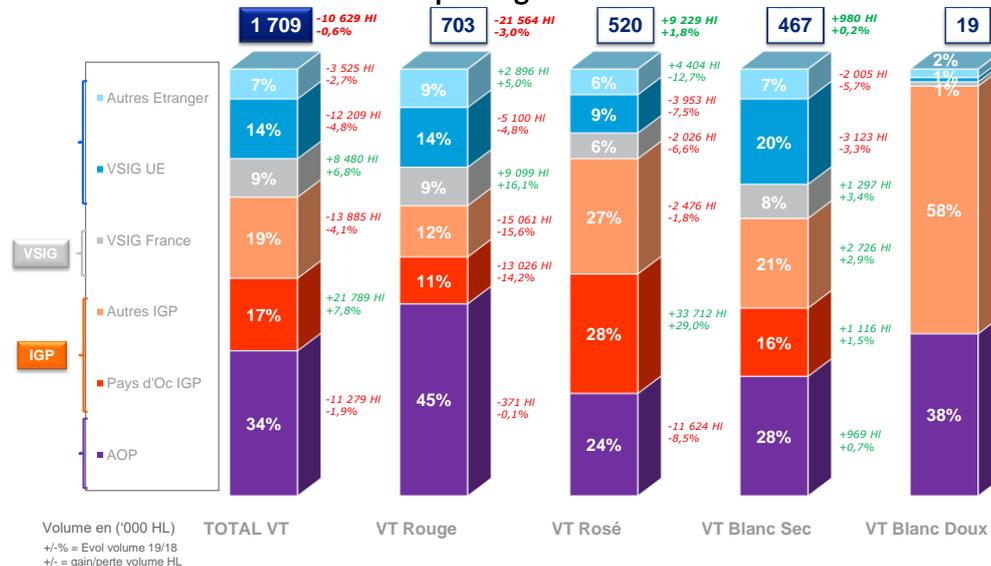
Les vins effervescents représentent 8% des ventes de la distribution organisée. Les ventes sont en croissance par rapport à 2018 que ce soit en volume ou en valeur. Les Crémants bénéficient d'une bonne dynamique par rapport aux autres appellations. Les Champagnes résistent mais les vins effervescents étrangers restent la catégorie la plus dynamique portés par les ventes de Prosecco.

3 VSIG UE: vins sans indication géographique issu d'assemblage de vins provenant de pays de l'Union Européenne

La catégorie des vins doux naturels est très minoritaire et accuse un recul marqué par

rapport à 2018, que ce soit en volume ou en valeur (baisse du prix moyen des ventes).

### Structure des ventes de la distribution organisée à destination de la restauration commerciale par segment



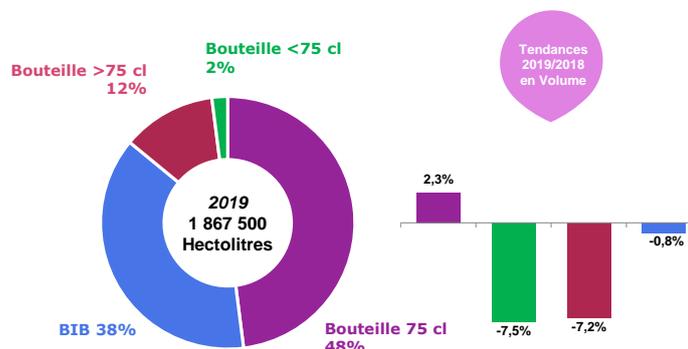
Source : Panel de ventes des vins de la distribution organisée à destination de la CHD – IRI-Gira FoodService

### Résultats par contenant

Le vin en bouteille 75 cl est de plus en plus présent dans les ventes de la distribution organisée aux établissements de restauration commerciale : les bouteilles 75 cl pèsent en 2019 pour près de la moitié du marché en volume (+ 3 millions de bouteilles soit + 2 % vs 2018). Ce renforcement de la place de la bouteille 75 cl dans les ventes se fait au détriment des 3 autres types de contenants, à des niveaux différents :

- -1% pour les vins en BIB<sup>4</sup>, baisse principalement pour les AOP
- -7% pour les bouteilles de plus de 75 cl et pour celles de moins de 75 cl

### Structure et évolution des ventes par contenant



Source : Panel de ventes des vins de la distribution organisée à destination de la CHD – IRI-Gira FoodService

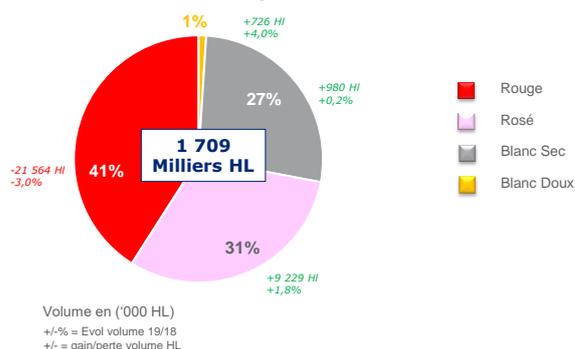
### Résultats par couleur

L'analyse par couleur des ventes de vin de la distribution organisée à destination de la restauration commerciale met en évidence un net recul des volumes vendus pour les rouges en 2019. Les vins blancs restent relativement stables par rapport à 2018 alors que la catégorie des rosés connaît une nette progression. Ces constats sont similaires en valeur. Pour les rosés, c'est principalement

4 BIB : Bag-in-Box

les IGP qui expliquent la hausse de valeur observée.

### Évolution des ventes par couleur de vin



Source : Panel de ventes des vins de la distribution organisée à destination de la CHD – IRI-Gira FoodService

### Analyse par secteur de clientèle

#### Le vin en restauration à table

Le secteur de la restauration à table regroupe l'ensemble des restaurants dits « traditionnels » (restaurants gastronomiques, à thème, brasseries...). Ces établissements ont bénéficié de la croissance de la CHD en 2019 avec notamment un parc qui s'accroît, particulièrement pour les indépendants. Les vins tranquilles représentent 48% des achats en volume auprès de la distribution organisée. En 2019, les achats de vin sont en recul de 3,1% sur ce secteur avec néanmoins une valorisation des vins tranquilles (par un prix moyen en hausse). Ces établissements absorbent 49% des volumes de vins effervescents, avec une nette progression des effervescents étrangers, par rapport à 2018.

#### Le vin en débit de boissons

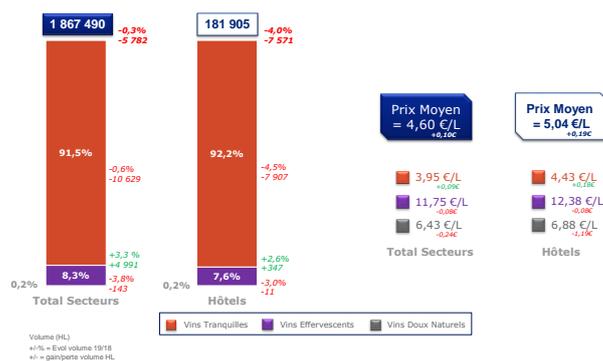
Le secteur des débits de boissons regroupe l'ensemble des établissements servant principalement des boissons (cafés, bars, pubs, bars à vin ...). Ce secteur assure sa croissance au travers de concepts modernes fortement portés par les établissements indépendants. Cette amélioration en 2019 reste toutefois fragile. Au sein de ce secteur, les vins tranquilles représentent seulement 14% des achats auprès de la distribution organisée.

Le marché est dominé par les vins IGP et particulièrement par les rosés qui résistent à la concurrence des autres boissons. Les effervescents représentent quant à eux 15% des achats, avec une part importante de mousseux.<sup>5</sup>

#### Le vin en établissement d'hébergements

Les établissements d'hébergements (hôtels, parahôtellerie) ont souffert en 2019 mais de façon hétérogène en fonction des types de structures. Les différents conflits sociaux qui ont émaillé l'année 2019 et qui ont pu limiter les déplacements (notamment ceux de la clientèle étrangère) en sont une des raisons. Les achats de vins tranquilles ont nettement reculé en volume avec néanmoins des prix moyen à la hausse.

#### Répartition et évolution des types de vins achetés auprès de la distribution organisée pour le secteur des Hôtels



Source : Panel de ventes des vins de la distribution organisée à destination de la CHD – IRI-Gira FoodService

5 vins mousseux = vins effervescents hors appellations