

France, Grande Distribution : Ventes de vins effervescents en 2020

(I) Une catégorie en souffrance

Après une année 2019 difficile, **les ventes de vins effervescents en grande distribution ont continué de reculer fortement en 2020**. Par rapport à 2019, on observe une **baisse de 7,3 % des volumes et de 4,9 % de la valeur**.

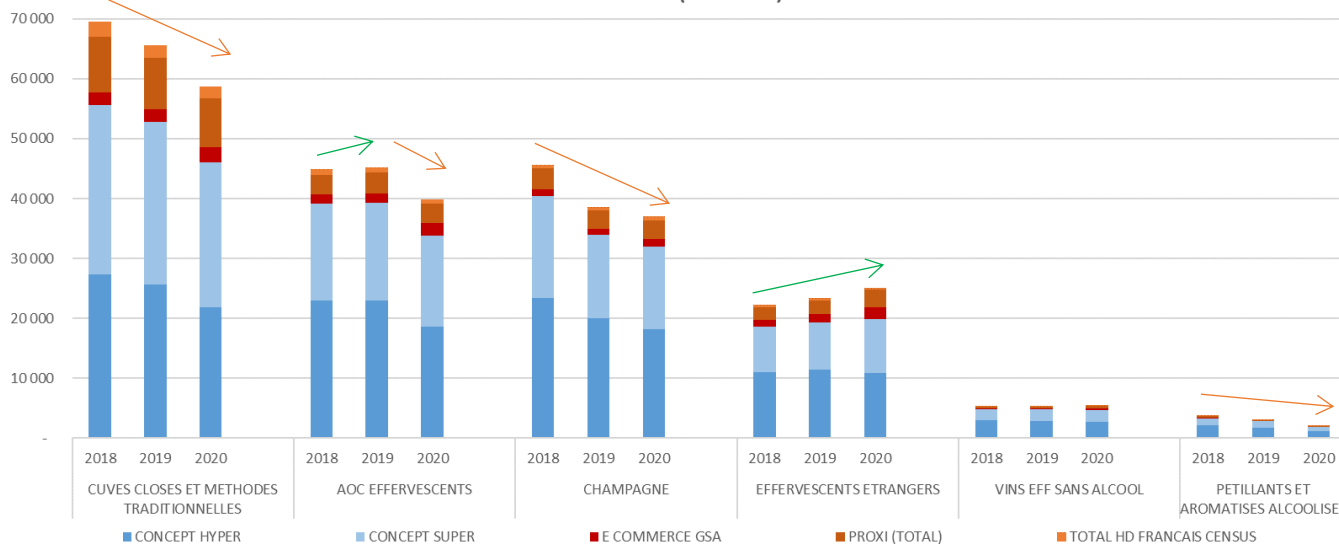
Les Cuves Closes et Méthodes Traditionnelles (- 10.4 %) et les AOC françaises hors Champagne (- 11,6 %) ont le plus souffert. Parmi elles, les Crémants français (de Bourgogne, d'Alsace, de Bordeaux et de Loire) ont tous connu un repli important, après plusieurs années d'augmentation successive des volumes vendus. Quant aux autres AOC françaises (Blanquette de Limoux, Touraine, Saumur, etc.), elles poursuivent leur effondrement continu depuis une dizaine d'années, et les ventes de certaines appellations deviennent aujourd'hui anecdotiques (la Blanquette de Limoux ne représente plus que 530 000 bouteilles).

Avec un repli de 1,5 M de bouteilles (- 4.1 %), le **Champagne** a limité la casse, mais **continue de décliner** (- 30,7 % en hyper + super vs 2009). Ce recul **plus limité que pour les autres AOC** a permis au Champagne de gagner 1 point de part de marché en volume (23 %) et valeur (57 %) sur les autres AOC.

Au global, **47% des volumes sont toujours répartis entre le Champagne et les autres AOC françaises**.

Sur le marché, **seuls les effervescents étrangers ont connu la croissance (+ 7,1 %)**. Ils représentent maintenant 15 % des volumes (+ 2 pts). **Cette progression est principalement imputable au Prosecco (+ 19,5 %)**. Après avoir dépassé Cava l'an passé, l'effervescent italien a encore **gagné 1,3 M de bouteilles, toujours tiré par les marques nationales (73 % des gains)**. C'est la seule appellation qui n'a pas subi de chute des ventes lors du 1^{er} confinement (croissance ininterrompue jusqu'à la fin de l'été, mais seulement un trou d'air durant l'automne, avant un beau mois de décembre). L'autre bénéficiaire est aussi italien : **Lambrusco**, qui passe la barre des 3 millions de bouteilles vendues à l'année (+ 4,9 %), grâce à un prix moyen toujours plus compétitif (3,25 €, le plus faible du segment AOC). Déjà en recul en 2019 après une longue croissance, **Cava** voit son décrochage s'accroître en 2020 (- 945 000 bouteilles).

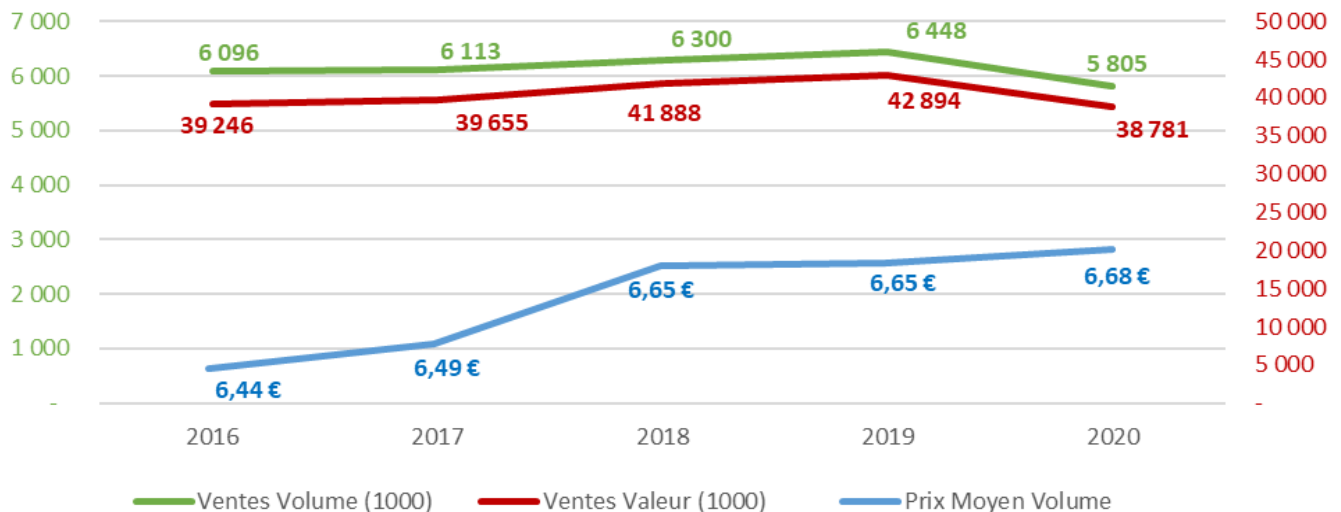
Evolution des ventes volume (*1000) en 75 cl - 2018 à 2020



(2) Le Crémant de Bourgogne ne fait pas exception

Malgré un **prix moyen à 6,68 € en très faible hausse (+ 0,03 €)** et **davantage de références en magasin (+ 3,8 % en hyper et supermarchés)**, **le Crémant de Bourgogne a perdu 643 000 bouteilles (-10 %)**. Ces bouteilles perdues sont équitablement réparties entre les marques nationales (qui généraient tous les gains en 2019) et les marques de distributeurs (MDD), portant le total des volumes à **5,8 M de cols vendus en 2020**.

Evolution des ventes de Crémant de Bourgogne en GD
(hyper et supermarchés + drive + proxi + discount français)



Si les deux confinements (au printemps et à l'automne) ont conduit à des reculs de sorties par rapport à 2019, **les ventes ont été assez stables sur le reste de l'année. La période charnière de décembre a toutefois été moins porteuse que les autres années**, avec 813 000 bouteilles vendues (-10 %).

Malgré ces chiffres sur le recul, l'appellation a maintenu sa présence dans 93 % des hypers et supermarchés. **Les ventes restent inégalement réparties selon les régions** : 80 % des volumes de Crémant de Bourgogne ont ainsi été réalisées sur les régions Centre Est, Est, Paris, Ouest Nord et Nord.

(3) Les hyper et supermarchés dictent encore la tendance

La conjoncture 2020 a permis une **belle progression du drive pour toutes les catégories (+28% pour les AOC effervescents hors Champagne)**. **Mais ce circuit pèse encore peu (5% des ventes d'AOC effervescents sur le total des circuits GMS)** et ne suffit pas à inverser **la tendance de fond dictée par les Hyper et Supermarchés**.

Le circuit proxi est en revanche en repli sur la catégorie, en dehors des effervescents étrangers et notamment du Prosecco.

Au final, les **circuits drive et proxi gagnent 3 points de part de marché face aux hyper et supermarchés** sur le segment des vins effervescents, mais seulement 2pts sur le Crémant de Bourgogne, contre 4 points sur les effervescents étrangers (+ 4 pts).

*Note économique rédigée par le Pôle Marchés et Développement – BIVB – (février 2021)
(Source : Panel IRI - Hyper et supermarchés, drive, proxi, discount français)*

Contact : Pierre BOIVIN – Chargé d'analyses d'études / BIVB
Tél. +33(0)3 80 25 04 94 – pierre.boivin@bivb.com

Retrouvez nos études et analyses marchés : <https://extranet.bivb.com/>