



Les ventes de vins Effervescents en Grande Distribution française

(hyper et supermarchés hors discount et supérettes)

Cumul annuel mobile (CAM)

de sept 2015 à août 2016




BOURGOGNES
Bureau Interprofessionnel
des Vins de Bourgogne





Les enseignements

- Les ventes de vins effervescents retrouvent de la croissance en volume (+1,6%) et poursuivent leur progression en valeur (+2,6%).
- Tous les formats de magasins voient leurs ventes progresser à l'exception des hypers + (superficie > 6 500m²) qui enregistrent une légère baisse en volume (-0,3%).
- Mais les **AOP françaises** sont les seuls vins à bulles à reculer.
- Les effervescents étrangers continuent d'envahir le marché, ils participent à hauteur de 89% aux gains de la catégorie : + 3 millions de bouteilles. **Prosecco** poursuit sa montée spectaculaire (volume en croissance de + 115%). **Cava** devient la seconde AOP du circuit en volume, derrière le **Crémant d'Alsace**, solide leader.
- Après avoir connu une forte régression de ses ventes depuis 2012, le **Crémant de Bourgogne** enregistre une bonne dynamique (+10,5% en volume). Il devance désormais Saumur en volume et se classe 4ème AOP (mais 2^{ème} en chiffres d'affaires).



Les ventes de vins effervescents en GD Française





Retour à la croissance des ventes de vins effervescents

Les ventes de vins effervescents repartent à la hausse cette année, aussi bien en volume (+1,6%) qu'en valeur (+2,6%). Les vins **effervescents étrangers** participent à hauteur de 90% aux gains du marché. Les **AOP françaises** (-1% en volume) ne profitent globalement pas de cette tendance.

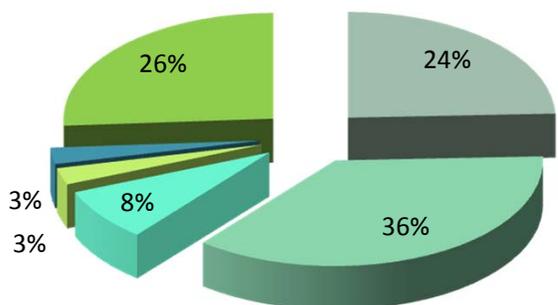
Les **AOP françaises**, dont le **Champagne**, ne parviennent pas à retrouver de la croissance cette année. Les **effervescents étrangers**, au contraire, continuent d'étendre leur position et enregistrent un nouveau gain de 3 millions de bouteilles cette année.

Données annuelles (cumul 12 mois à août 2016)	Ventes Volume (1000 cols)	Evol a 1 an des Ventes Volume (%)	Gain a 1 an en Volume (1000 cols)	Ventes Valeur (1000€)	Evol a 1 an des Ventes Valeur(%)	Gain a 1 an des Ventes Valeur (1000)	Prix Moyen Volume (€/ 75cl)	Evol a 1 an du Prix Moyen (%)	Nbre Moyen de références par magasin vendeur
TOTAL VINS EFFERVESCENTS	173 771	+1,6%	+2 806	1 424 991	+2,6%	+36 781	8,20	1,0 %	100,9
TOTAL AOP eff. Hors Champagne	42 249	-1,0%	-417	246 732	+0,0%	+100	5,84	1,0 %	23,9
CUVES CLOSES ET METHODES TRADITIONNELLES	63 171	+0,5%	+317	170 183	+1,7%	+2 774	2,69	1,1 %	19,5
EFFERVESCENTS ETRANGERS	13 890	+27,6%	+3 007	68 775	+32,6%	+16 910	4,95	3,9 %	8,0
PETILLANTS ET AROMATISES ALCOOLISES	4 430	-4,4%	-205	14 355	-0,7%	-96	3,24	3,9 %	5,3
VINS EFF SANS ALCOOL	4 346	+0,9%	+39	14 033	-0,2%	-21	3,23	-1,1 %	4,5
CHAMPAGNE	45 155	-0,3%	-126	907 943	+1,8%	+16 139	20,11	2,1 %	41,0



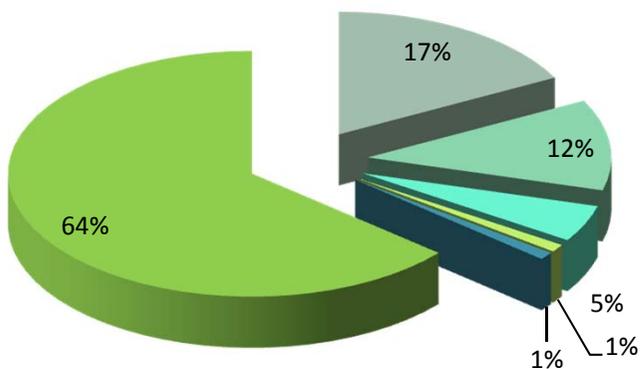
Les ventes de vins effervescents se concentrent dans 3 segments : « AOP », « cuves closes et méthodes trad. » et « Champagne ». Ils représentent, à eux trois, 86% des ventes du marché. Les ventes de vins eff. progressent dans tous les circuits, sauf les grands hypers.

Part de marché volume



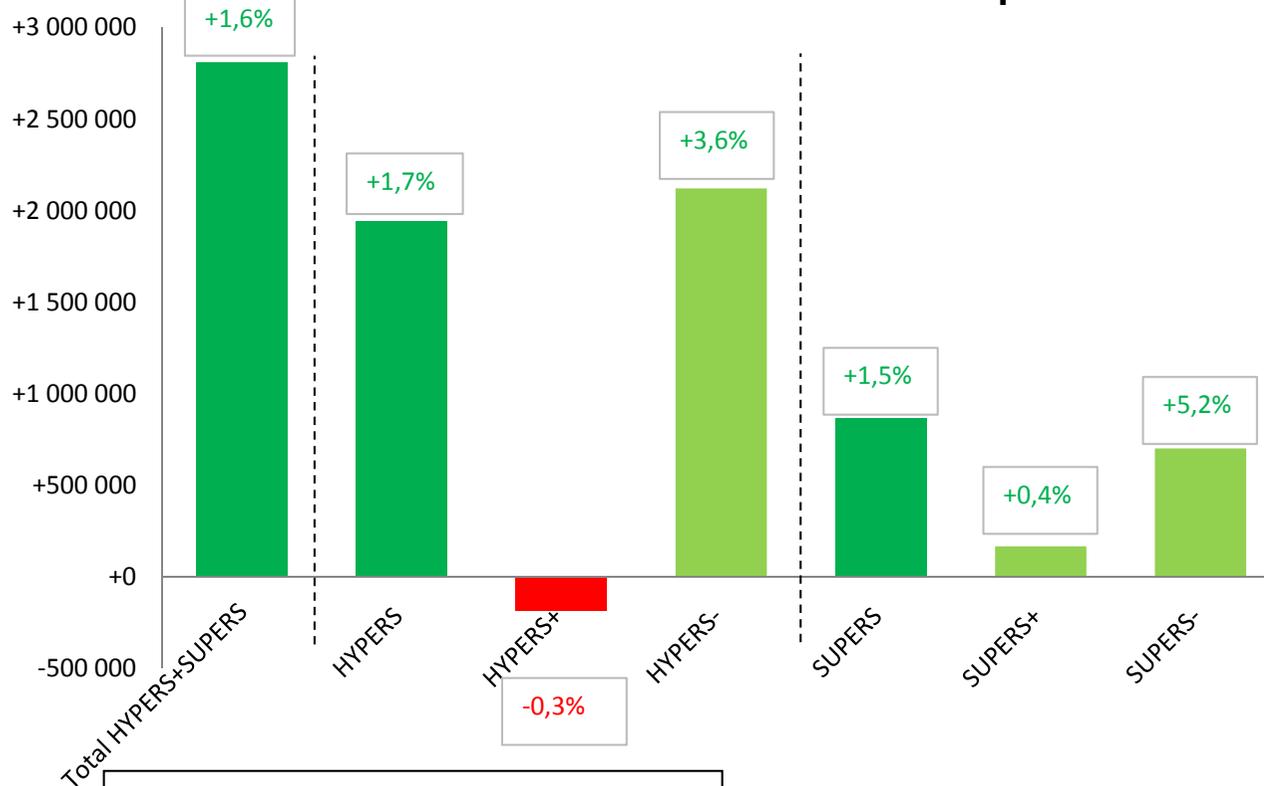
- AOP EFFERVESCENTS
- CUVES CLOSES ET METHODES TRADITIONNELLES
- EFFERVESCENTS ETRANGERS
- PETILLANTS ET AROMATISES ALCOOLISES
- VINS EFF SANS ALCOOL
- CHAMPAGNE

Part de marché valeur



Les AOP françaises (hors Champ) et le Champagne perdent chacun un point de part de marché en volume au profit des effervescents étrangers.

Gain et évolution des ventes volume par circuit

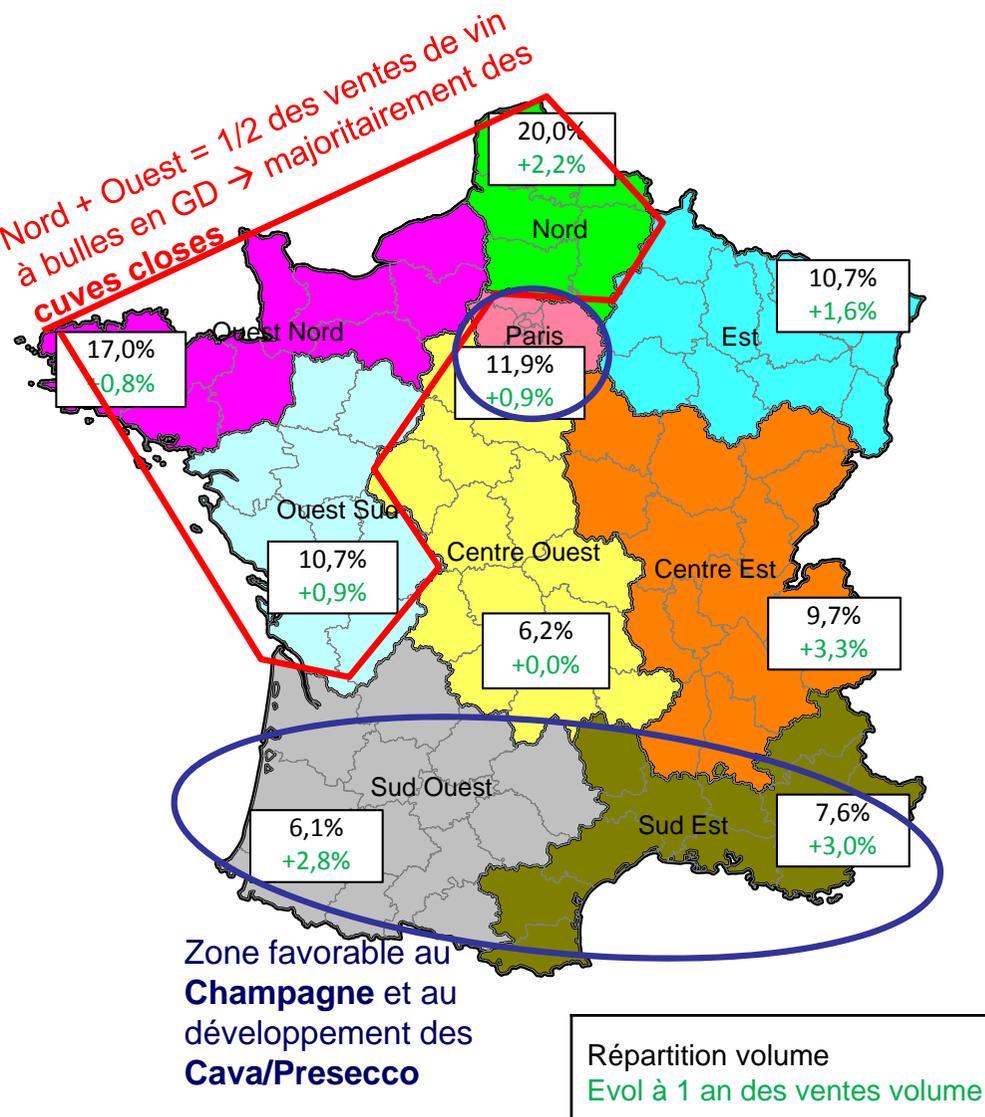


HM + : superficie > à 6 500m2
 HM - : superficie entre 2 500 et 6 500 m2
 SM + : superficie entre 1 200 et 2 500 m2
 SM - : superficie inférieur à 1 200 m2

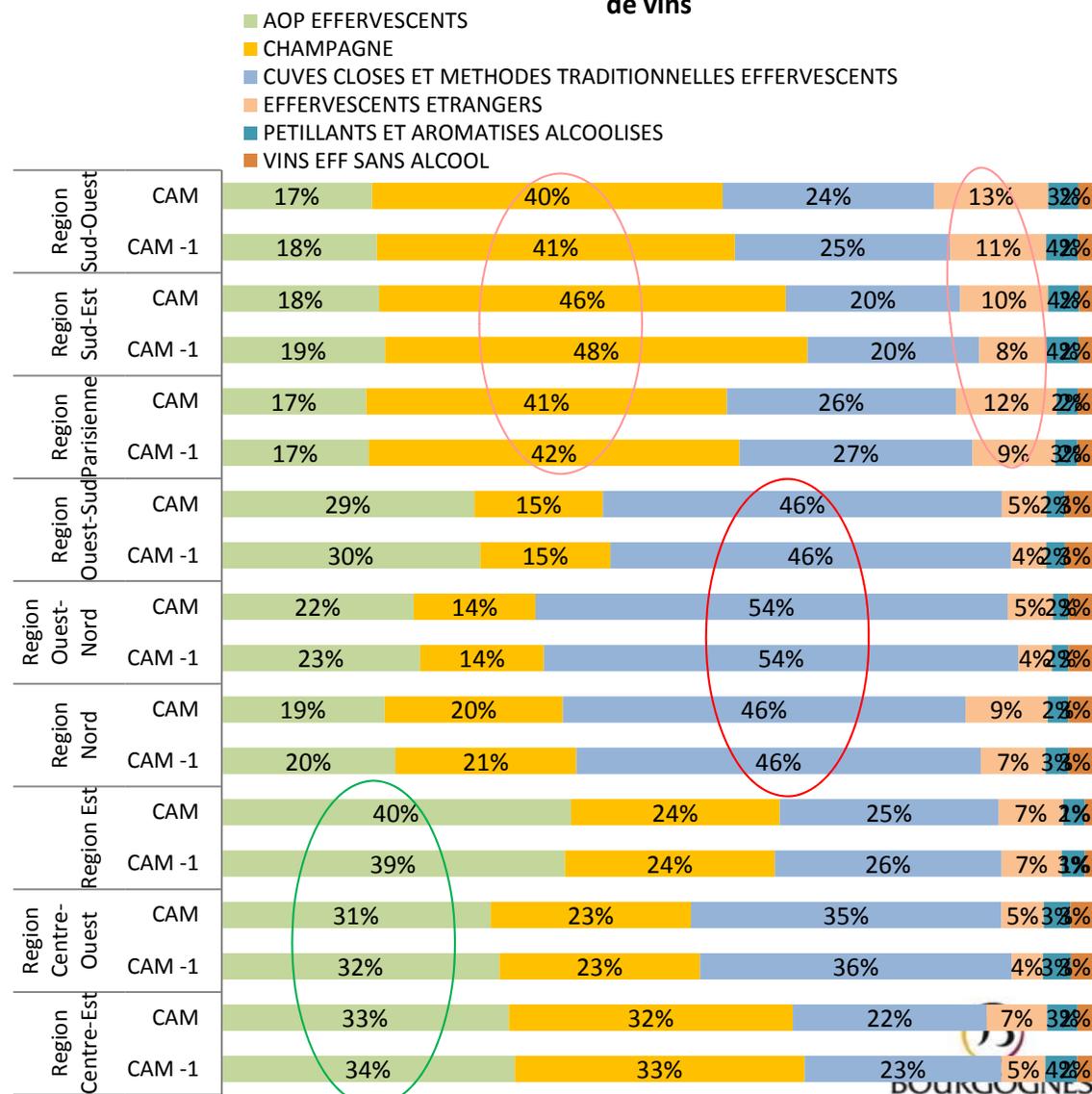


Toutes les régions françaises enregistrent une croissance de leurs ventes en volume sur l'année.
 Les régions du Nord sont les plus consommatrices de vins effervescents (Nord + Normandie + Bretagne = 37% des ventes de la catégorie en GD. Mais on y consomme en moyenne bien plus de « **cuves closes** » qu'ailleurs.
 Les **AOP** (hors Champ.) sont davantage vendues dans les régions Est (région de production du Crémant d'Alsace) et Centre-Est (région du Crémant de Bourgogne). Le Sud et la Région Parisienne sont très **Champagne et eff. étrangers**

Répartition des ventes volume de vins effervescents par région et évolution des ventes à 1 an au CAM août 2016.



Répartition des ventes de vins effervescents par région par catégorie de vins

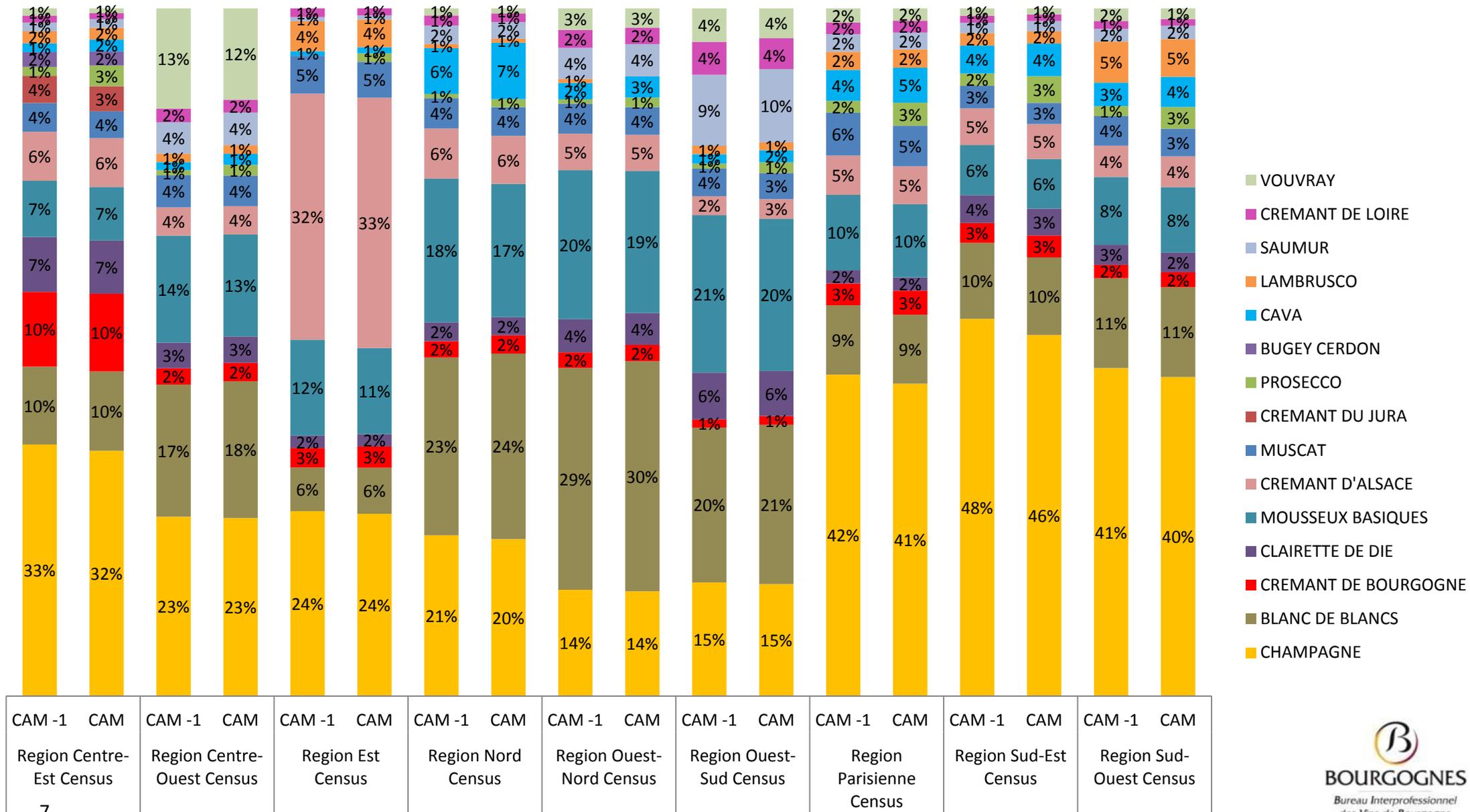


Répartition des ventes de vins effervescents de chaque région par dénomination

Le Crémant de Bourgogne atteint 10% des ventes de vins effervescents dans sa région de production (Centre-Est) mais ne dépasse pas 3% des ventes ailleurs.

Le Crémant d'Alsace, leader du marché des AOP, domine sa région d'origine (1 bouteille sur 3 vendue en région EST)

Répartition des ventes volume de vins effervescents de chaque région par vignoble

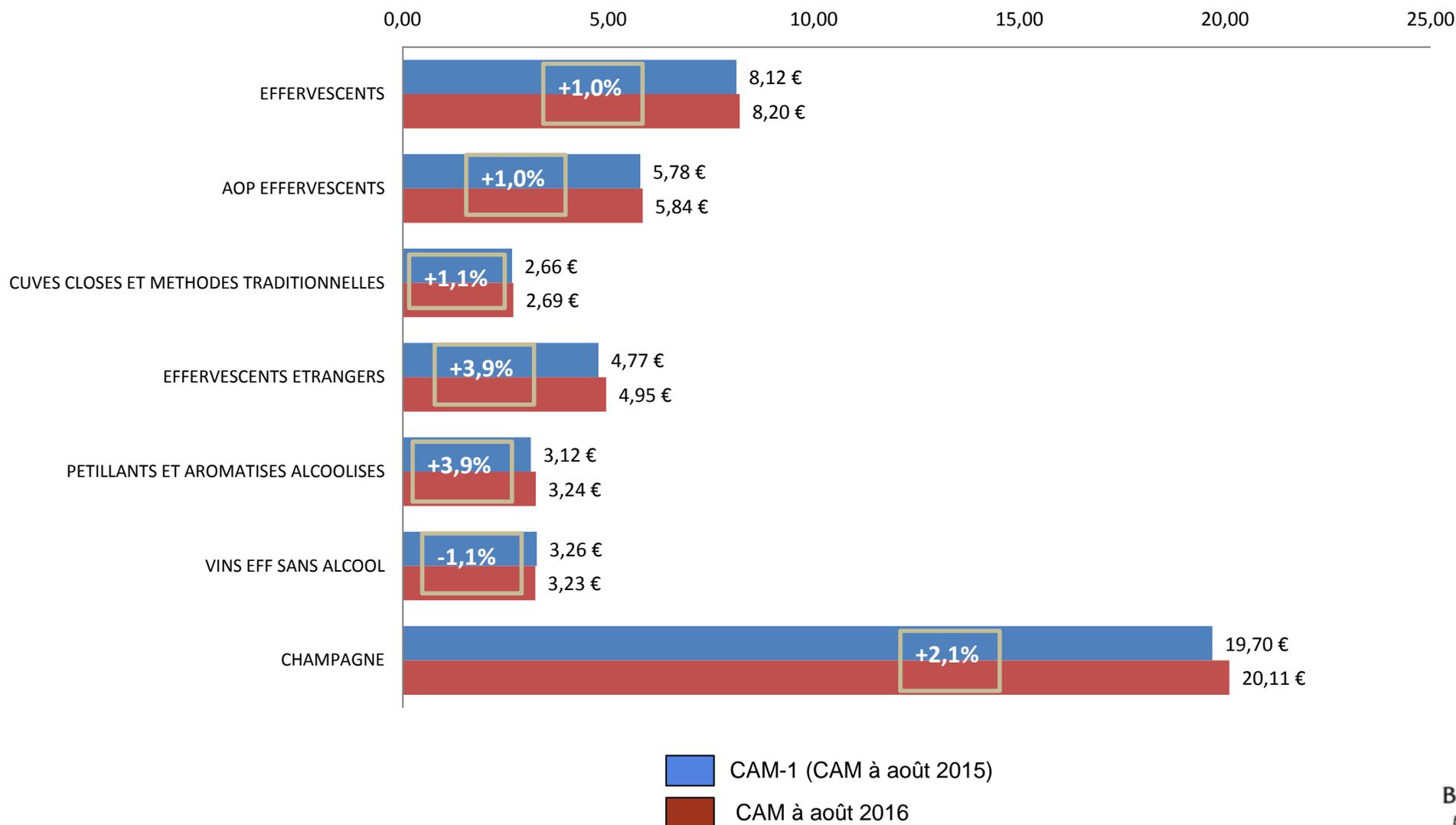




Le prix moyen des vins effervescents en grande distribution a progressé de 1% en moyenne.

L'ensemble des catégories de vins effervescents se valorisent (en dehors des vins sans alcool). Les effervescents étrangers ont connu la progression la plus forte (+4%) et se rapprochent d'un prix moyen à 5€ la bouteille en moyenne. Les Champagne gagnent 2% et franchissent la barre des 20€ en moyenne.

Prix moyen CAM (cumul 12 mois août 2016) et CAM-1 (cumul 12 mois août 2015) et évolution du prix





Le segment des AOP





Cava et Prosecco grappillent encore des parts de marchés sur les AOP françaises...seuls les 2 Crémants leader résistent

Le segment des AOP enregistre des ventes volume en recul sur l'année (-1%), en cause **Vouvray**, le **Crémant de Loire** et la **Blanquette de Limoux**. Les très bonnes performances enregistrées par le **Crémant de Bourgogne** (+10,5%) et le **Crémant d'Alsace** (dont la croissance ralentie avec la hausse du prix moyen à plus de 6€) ne permettent pas de compenser.

Données annuelles Cumulées à août 2016	Ventes Volume (1000 cols)	Evol a 1 an Volume(%)	Gain/perte a 1 an Volume (1000 cols)	Ventes Valeur (1000€)	Evol a 1 an Valeur(%)	Gain a 1 an Valeur (1000€)	Prix Moyen €/75cl	Evol du Prix Moyen (%)	DN Totale	Nbr Moyen d'EAN	Evol a 1an Nbre Moyen Ref Mag	% Volume Promo
TOTAL EFFERVESCENTS	173 771	+1,6%	+2 806	1 424 991	+2,6%	+36 781	8,20	1,0 %	100	100,9	+3,3%	29%
AOP EFFER. HORS CHAMP	42 249	-1,0%	-417	246 732	+0,0%	+100	5,84	1,0 %	99	23,9	+2,8%	25%
CREMANT D'ALSACE	13 686	+1,7%	+223	82 668	+3,2%	+2 588	6,04	1,5 %	96	5,7	+2,9%	32%
CREMANT DE BOURGOGNE	5 404	+10,5%	+514	34 901	+10,8%	+3 415	6,46	0,3 %	93	3,9	+8,0%	24%
CLAIRETTE DE DIE	6 095	-1,0%	-60	33 987	-3,5%	-1 219	5,58	-2,5 %	96	3,5	+9,5%	21%
SAUMUR	5 349	+1,7%	+88	27 117	+2,8%	+728	5,07	1,1 %	88	4,0	+6,0%	20%
VOUVRAY	3 727	-11,9%	-501	21 940	-9,8%	-2 396	5,89	2,3 %	75	2,7	-1,9%	10%
CREMANT DE LOIRE	2 792	-7,6%	-231	15 915	-6,2%	-1 046	5,70	1,6 %	77	2,7	+4,2%	24%
TOURAINÉ	1 112	-7,2%	-87	6 172	-4,2%	-271	5,55	3,2 %	38	1,9	-5,4%	51%
BLANQUETTE DE LIMOUX	1 128	-14,4%	-190	5 986	-12,7%	-870	5,30	2,0 %	62	2,1	-2,1%	16%
CREMANT DU JURA	648	-6,6%	-46	4 138	-5,4%	-237	6,39	1,2 %	13	2,9	-7,2%	27%
MONTLOUIS	646	-10,5%	-75	3 925	-8,4%	-361	6,07	2,3 %	16	2,2	+2,2%	28%
EFFERVESCENTS ETRANGERS	13 890	+27,6%	+3 007	68 775	+32,6%	+16 910	4,95	3,9 %	95	8,0	+18,6%	34%
CAVA	6 148	+26,0%	+1 269	31 673	+22,4%	+5 789	5,15	-2,9 %	83	2,5	+20,6%	46%
PROSECCO	3 181	+115,2%	+1 703	20 044	+111,9%	+10 585	6,30	-1,6 %	70	1,9	+20,3%	32%
CHAMPAGNE	45 155	-0,3%	-126	907 942	+1,8%	+16 139	20,11	2,1 %	99	41,0	+0,5%	50%

Cava et Prosecco poursuivent leur ascension (entre 1,3 et 1,7 million de bouteilles supplémentaires chacun).

Cava, qui se positionnait comme 5^{ème} AOP la plus vendue l'année dernière, se retrouve propulsé à la 2^{ème} place, grâce à des prix bas et un taux de vente en promotion très élevé (46%).

Le **Crémant de Bourgogne** reste la 2^{ème} AOP en valeur derrière le **Crémant d'Alsace** et la 4^{ème} en volume, malgré une hausse en volume de plus d'un demi-million de bouteilles.

C'est l'AOP la plus valorisée (6,46€ la bouteille), mais son prix stagne depuis un an, contrairement au marché (+1%).

Si le prix de **Prosecco** diminue encore de 1,6% cette année, il reste la seconde AOP la mieux valorisée (6,30€).

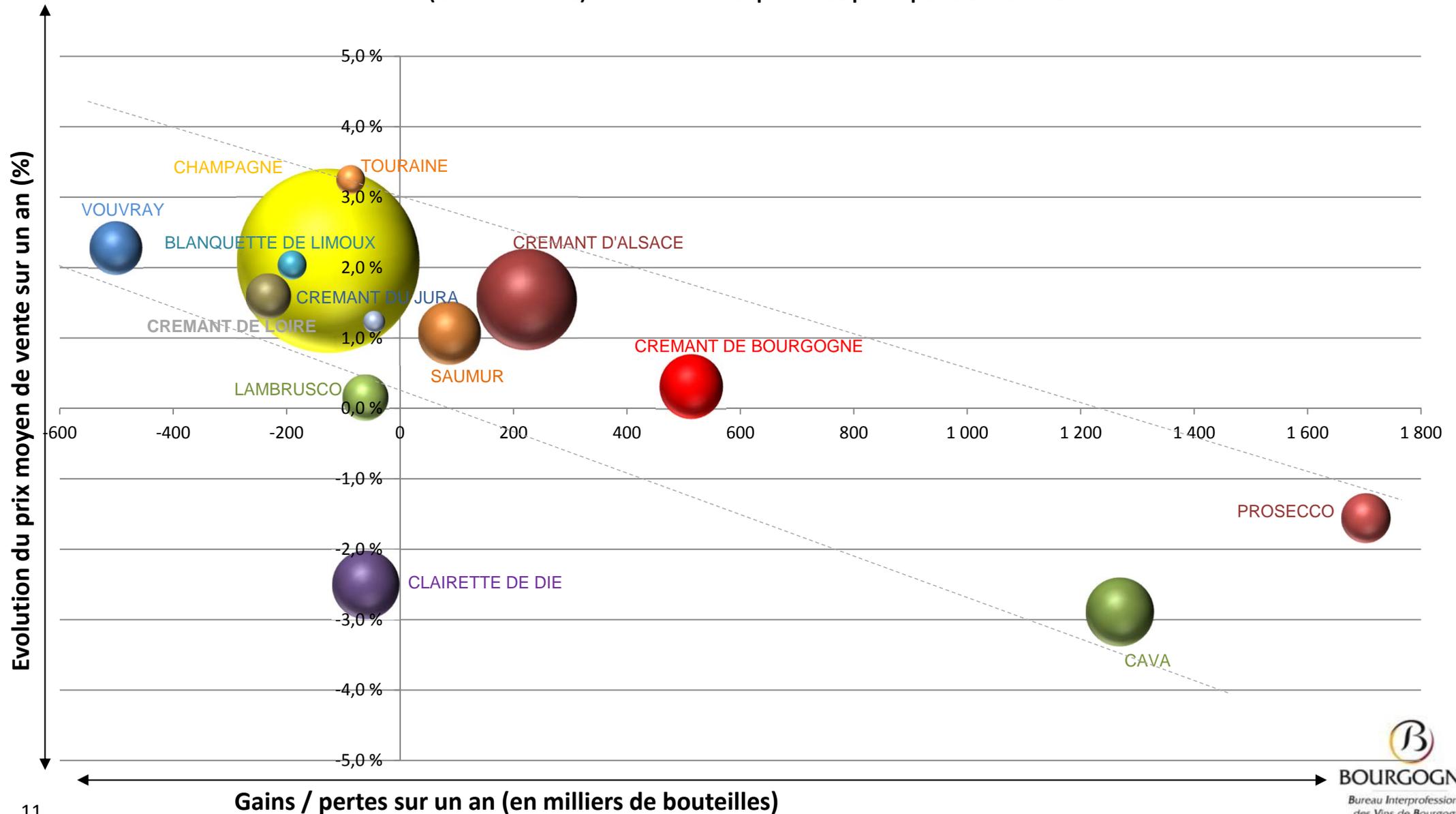


BOURGOGNES
Bureau Interprofessionnel
des Vins de Bourgogne



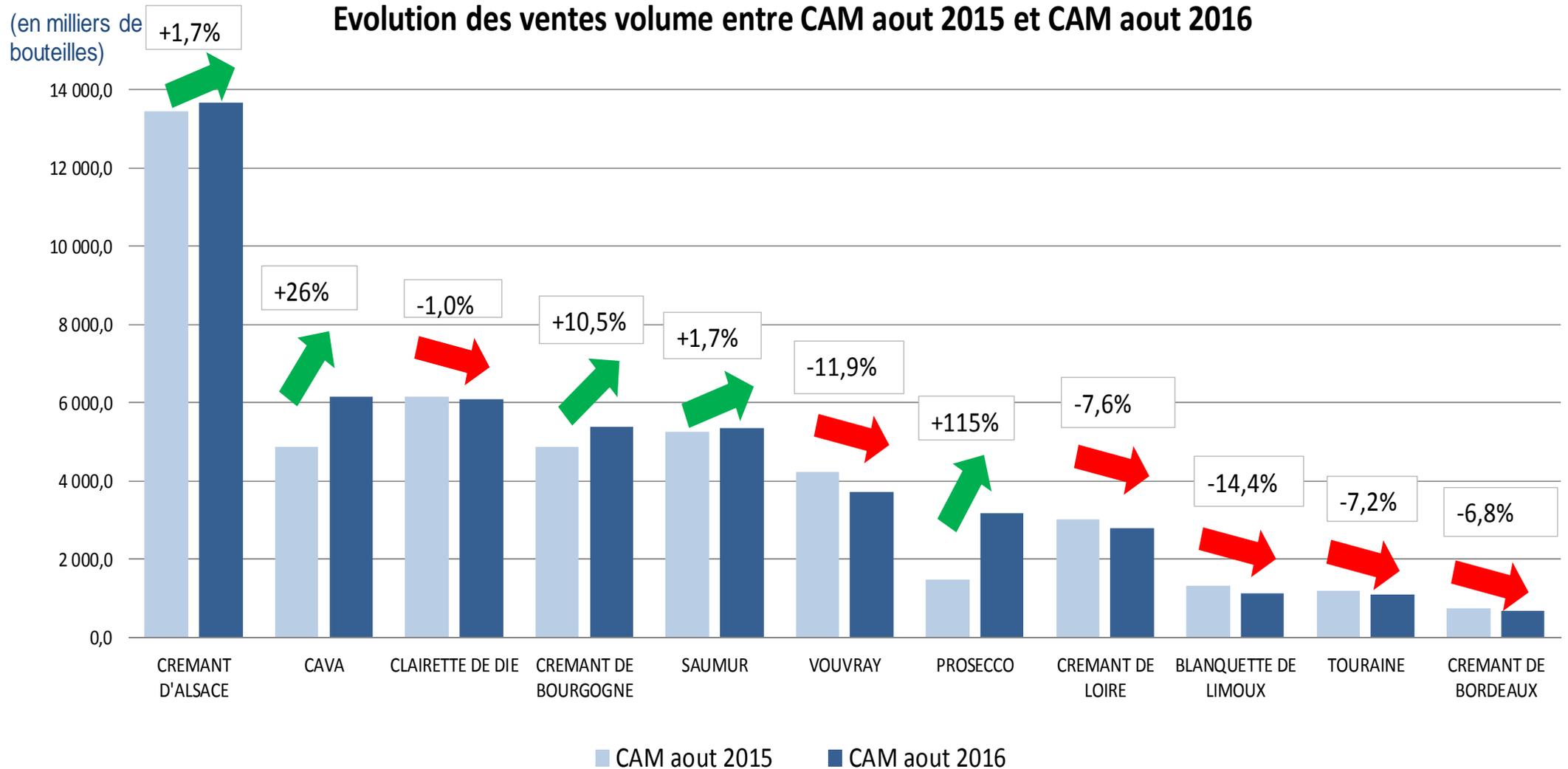
Sur un marché très concurrentiel, l'évolution des ventes en volume semble inversement corrélée à l'évolution des prix.

Gains/pertes en volume et évolution du prix moyen des vins effervescents en GD
(CAM août 2016) - Taille des bulles pondérée par le poids en volume



Evolution des ventes d'AOC hors Champagne

Alors que le Crémant de Bourgogne enregistrait des pertes de ses ventes depuis 2012, cette année il fait partie des rares vignobles AOP à progresser.



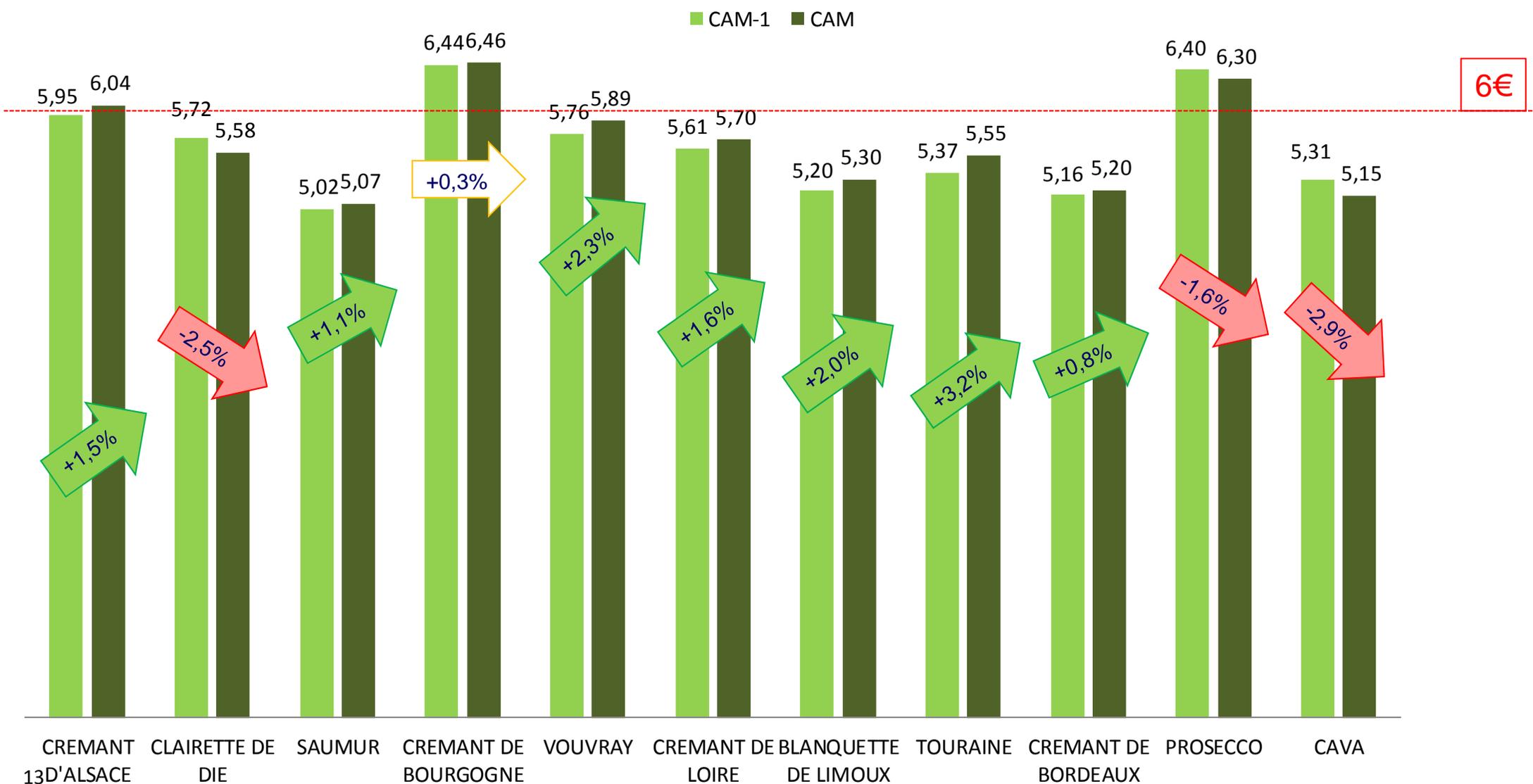


Evolution du prix moyen : valorisation générale de la quasi-totalité des AOP françaises

Le Crémant de Bourgogne affiche une stagnation de son prix moyen cette année (6,46€) mais maintient sa place d'appellation la plus « haut de gamme » au sein des AOP françaises.

Le Crémant d'Alsace a dépassé cette année les 6€ la bouteille.

Evolution du prix moyen par col entre CAM août 2015 et CAM août 2016



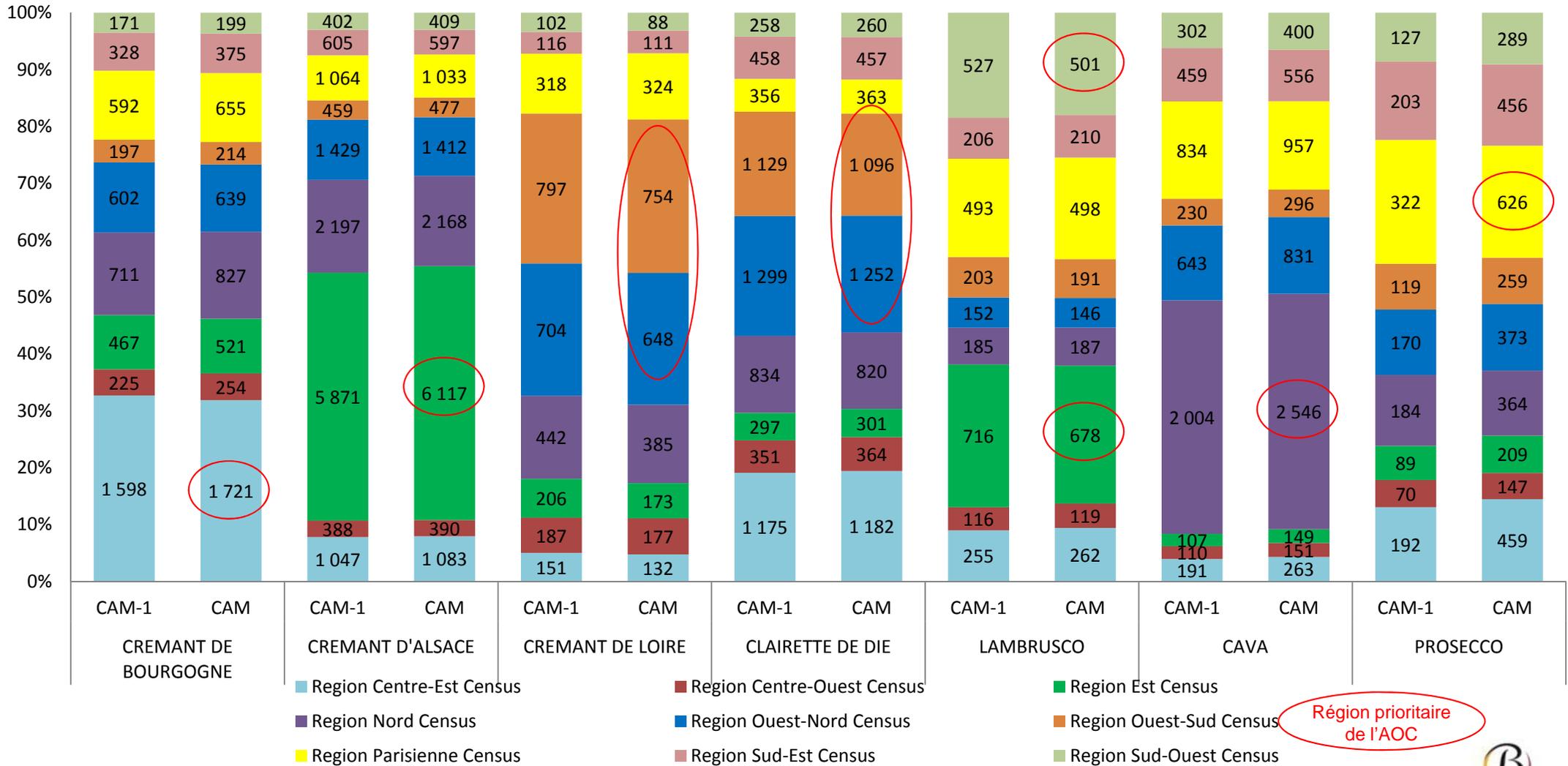


Répartition géographique des ventes

Le **Crémant de Bourgogne** progresse dans toutes les régions françaises, tandis que la croissance du **Crémant d'Alsace** se fait quasiment essentiellement dans la région Est, sa région berceau.

Cava et **Prosecco** progressent également dans l'ensemble des régions françaises, avec une présence plus prononcée dans le Nord pour le **Cava**.

Répartition géographique des ventes par vignoble



Région prioritaire de l'AOC



BOURGOGNES
Bureau Interprofessionnel
des Vins de Bourgogne

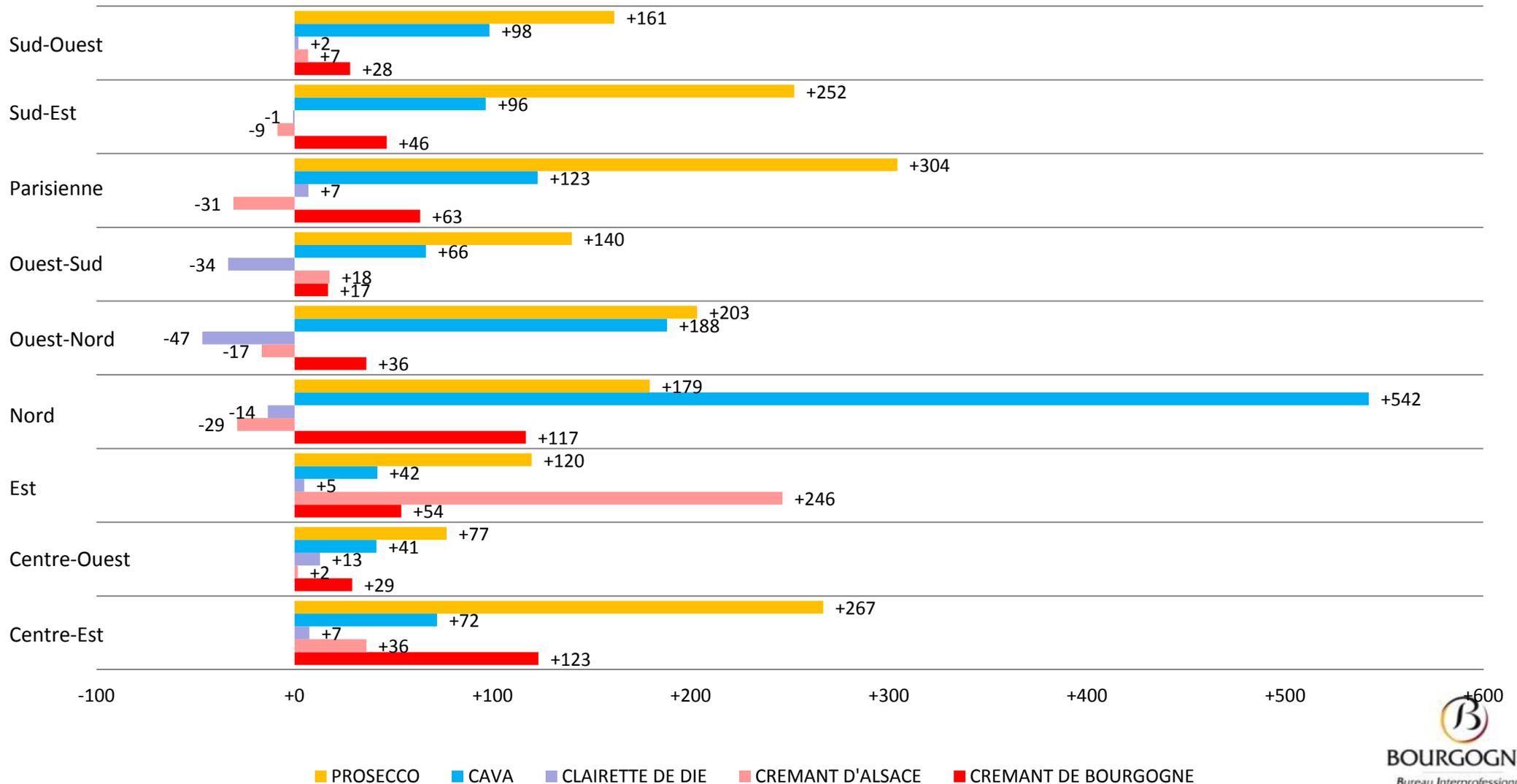


Gain / perte en volume par région géographique

Cava et Prosecco enregistrent les plus gros gains dans toutes les régions, à l'exception de la région Est où le Crémant d'Alsace parvient à maintenir ses ventes nationales globales en GD...grâce au marché local. Le Crémant de Bourgogne progresse également partout, mais de manière moins importante.

Les gains du **Prosecco** sont supérieurs dans les régions normalement dominées par le Champagne et dans **Centre-Est**

Gains / pertes par region géographique





Analyse par tranche de prix

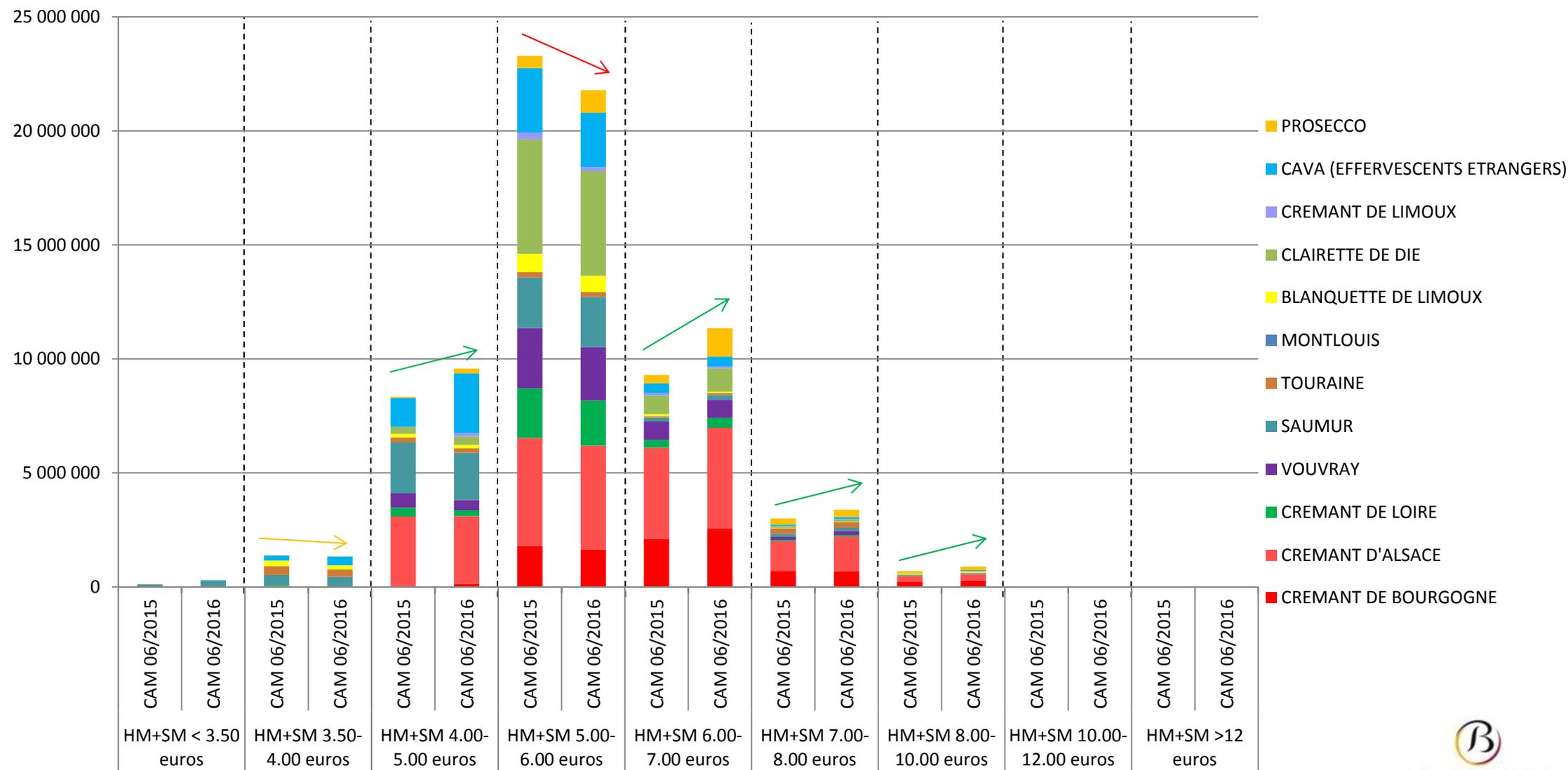

BOURGOGNES
Bureau Interprofessionnel
des Vins de Bourgogne





Les vins effervescents poursuivent leur phase de valorisation : disparition des moins de 4€ et transfert des ventes de la tranche 5-6€ vers la tranche 6-7€ (le nouveau segment de prix de référence). Les tranches de 7 à 10€ sont en plein essor également. Le **Crémant de Bourgogne** participe à la tendance du marché. **Prosecco** dynamise la tranche 6-7€ **Saumur** se concentre en entrée de gamme (4,75-5,50€), **Vouvray** et **Clairette de Die** jouent davantage le milieu de gamme, tandis que le **Crémant d'Alsace** occupe toute les tranches entre 4 et 10€ mais progresse au-delà de 6€.

Répartition des ventes de vins effervescents par tranche de prix et par appellation (hors Champagne)

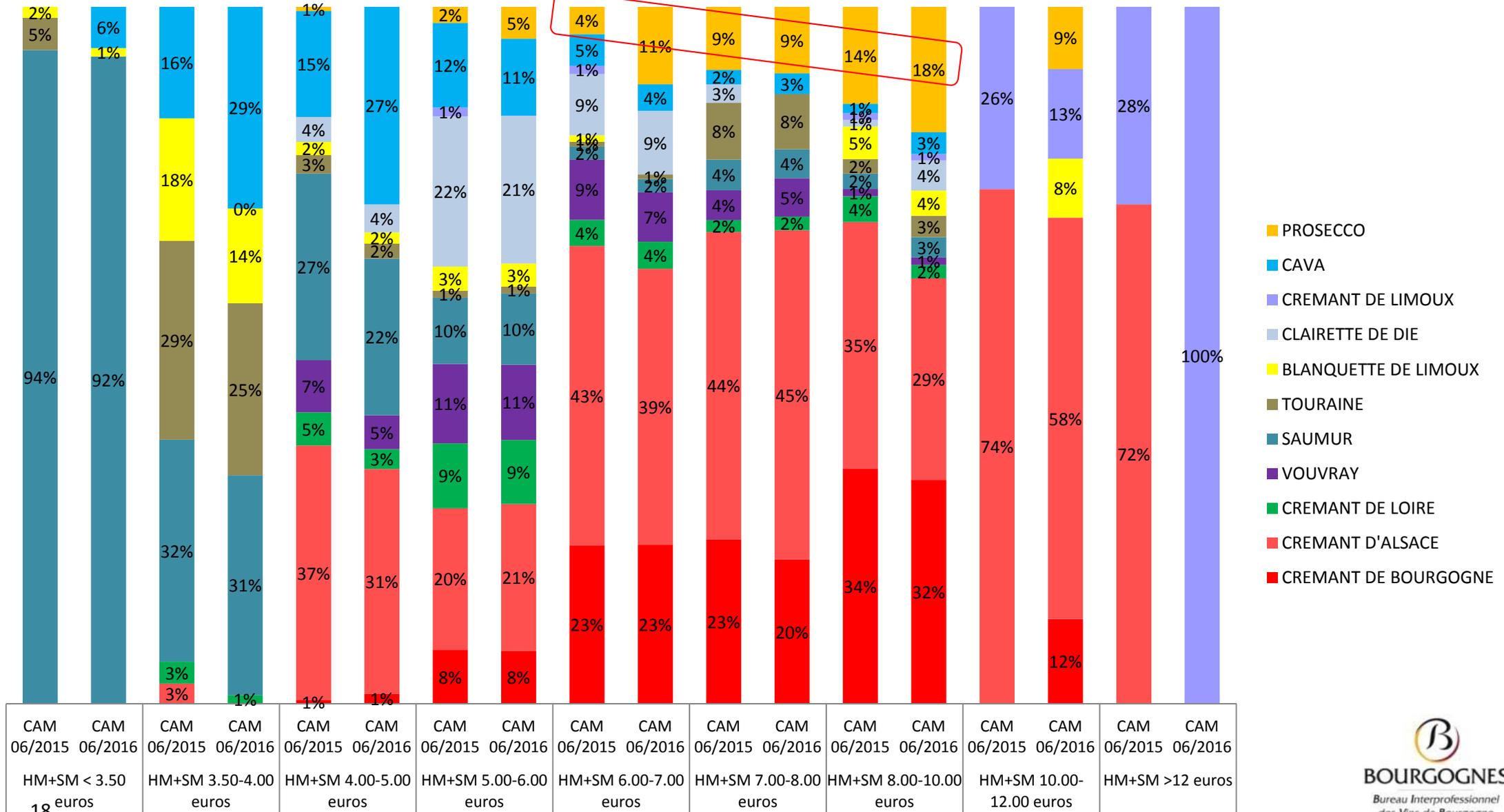




Le Prosecco continue de gagner des parts de marché sur le segment premium (6-10€) au détriment du Crémant de Bourgogne et du Crémant d'Alsace.

A l'inverse, le Cava progresse sur l'entrée de gamme du marché (< 5€), délaissé par les AOC françaises.

Répartition des ventes volume par TDP et vignobles hors Champagne





Le Crémant de Bourgogne





Le Crémant de BOURGOGNE en GD en quelques chiffres...

- ❖ 5,4 millions de bouteilles vendues entre sept 2015 et août 2016 (+ 10,5%) sur le circuit. 3^{ème} place sur le marché AOP en volume.
- ❖ La croissance soutenue par les ventes en promotion (+29% sur l'année).
- ❖ En valeur, le vignoble se classe en 2^{ème} place avec 34,9 millions d'€ de chiffre d'affaires loin derrière le Crémant d'Alsace (82,7 millions d'€).
- ❖ Le Crémant de Bourgogne reste la référence « haut de gamme » du segment, avec le prix moyen le plus élevé (6,46€/ 75cl), mais resté stable depuis un an.
- ❖ La présence en magasin a été légèrement rehaussée (93% contre 92% sur la même période l'année passée).

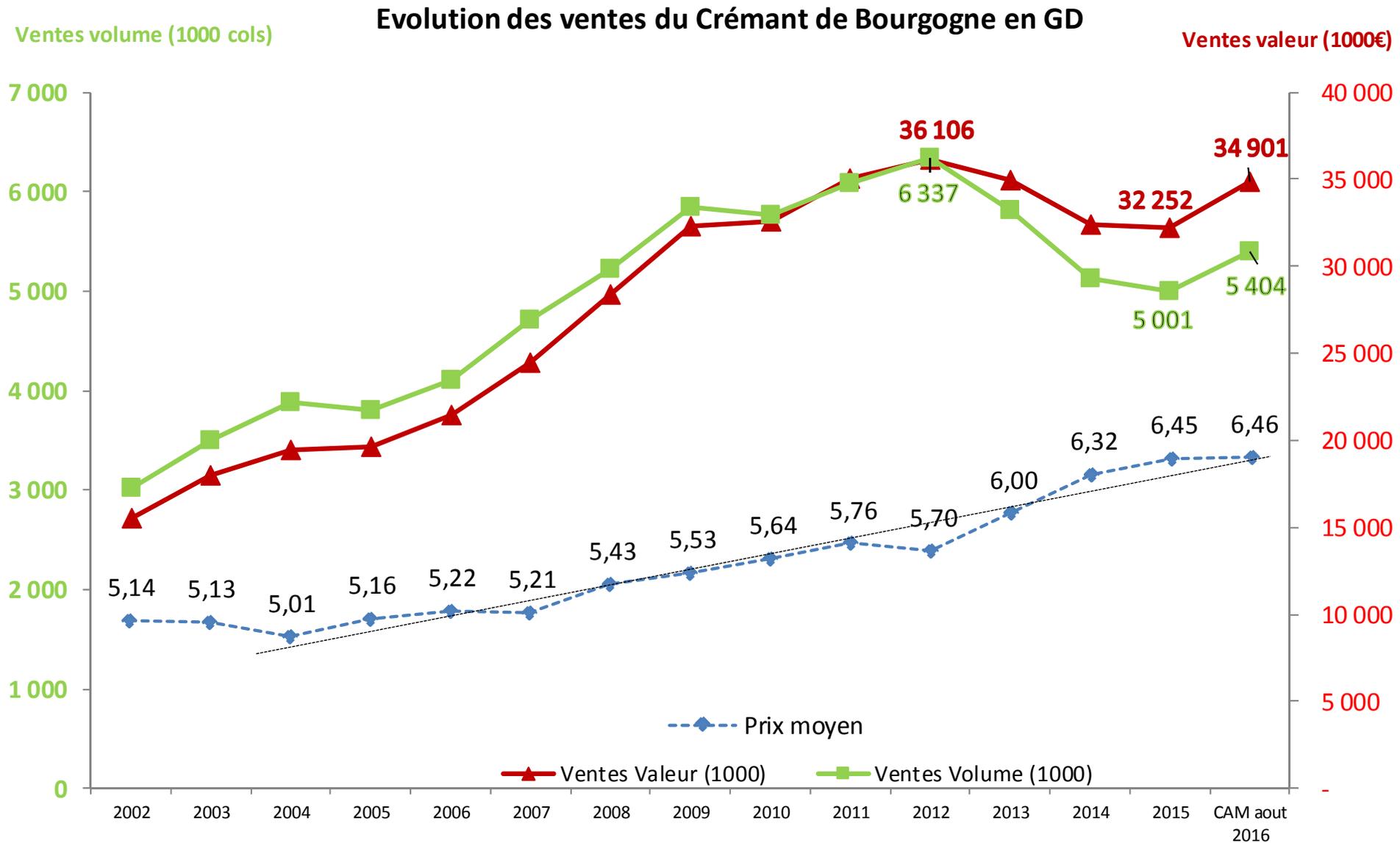


Historique des ventes de Crémant de Bourgogne en GD :

Les ventes en volume du Crémant de Bourgogne sont en net reprise depuis la fin de 2015, mais on est encore loin du niveau record de 2012.

Mais entre temps, le prix moyen de vente a fortement grimpé, même s'il s'est stabilisé depuis la fin de 2015.

On se rapproche ainsi du chiffre d'affaires record de l'AOC sur ce circuit.

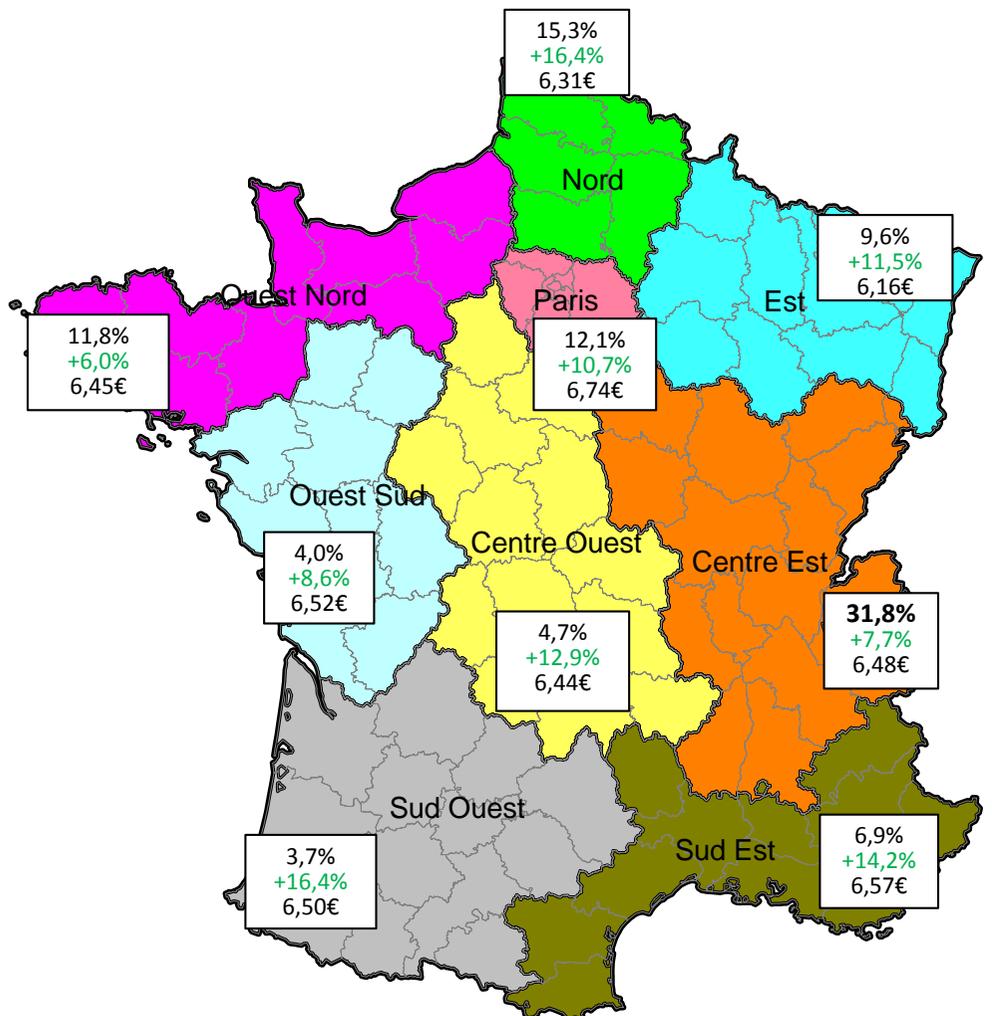


Des ventes en croissance sur tout le territoire et tous les formats de magasins

Les ventes de **Crémant de Bourgogne** restent les plus importantes dans la région de production : près d'1/3 des ventes sont réalisées en Centre-Est.

Le prix moyen de vente varie de 6,16€ (dans l'Est → concurrence du Crémant d'Alsace moins cher) à 6,74€ (dans l'IDF).

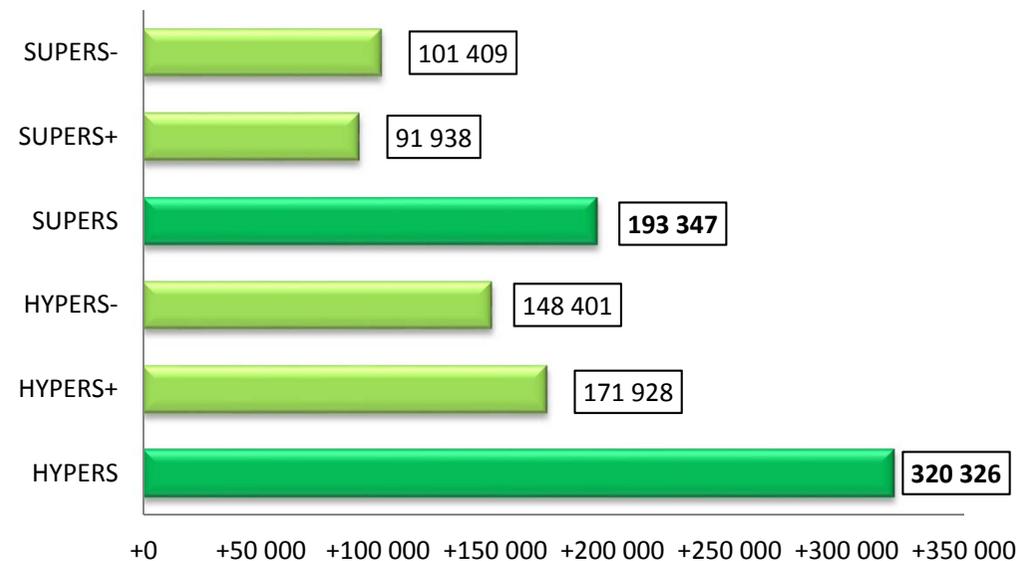
Répartition et évolution des ventes de Crémant de Bourgogne par région



Répartition volume
Evol à 1 an des ventes volume
Prix moyen par col

La dynamique des ventes de Crémant de Bourgogne de cette année est à l'inverse de celle de l'année dernière : tous les circuits et toutes les régions sont au vert et enregistrent de la croissance.

Répartition des gains de Crémants de Bourgogne par circuit (en €)



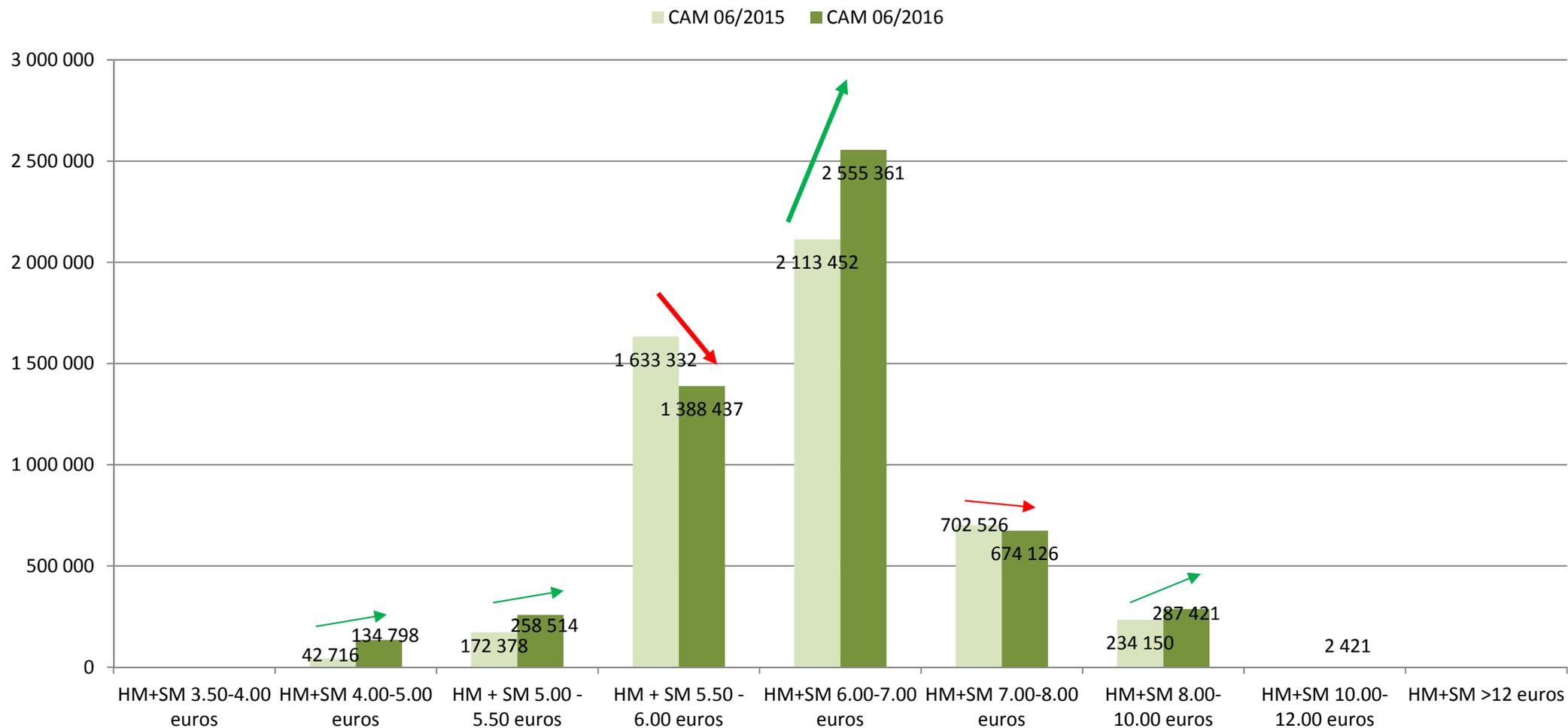
HM + : superficie > à 6 500m²
HM - : superficie entre 2 500 et 6 500 m²
SM + : superficie entre 1 200 et 2 500 m²
SM - : superficie inférieur à 1 200 m²



Evolution des ventes de Crémant de Bourgogne par tranches de prix

Les ventes de **Crémant de Bourgogne** se sont valorisées : les ventes dans la tranche 5,5 - 6€ se reportent sur la tranche 6 - 7€. La reprise des ventes en promotion a favorisé quelques ventes en-dessous de 5,50€.

Répartition des ventes de Crémant de Bourgogne par TDP





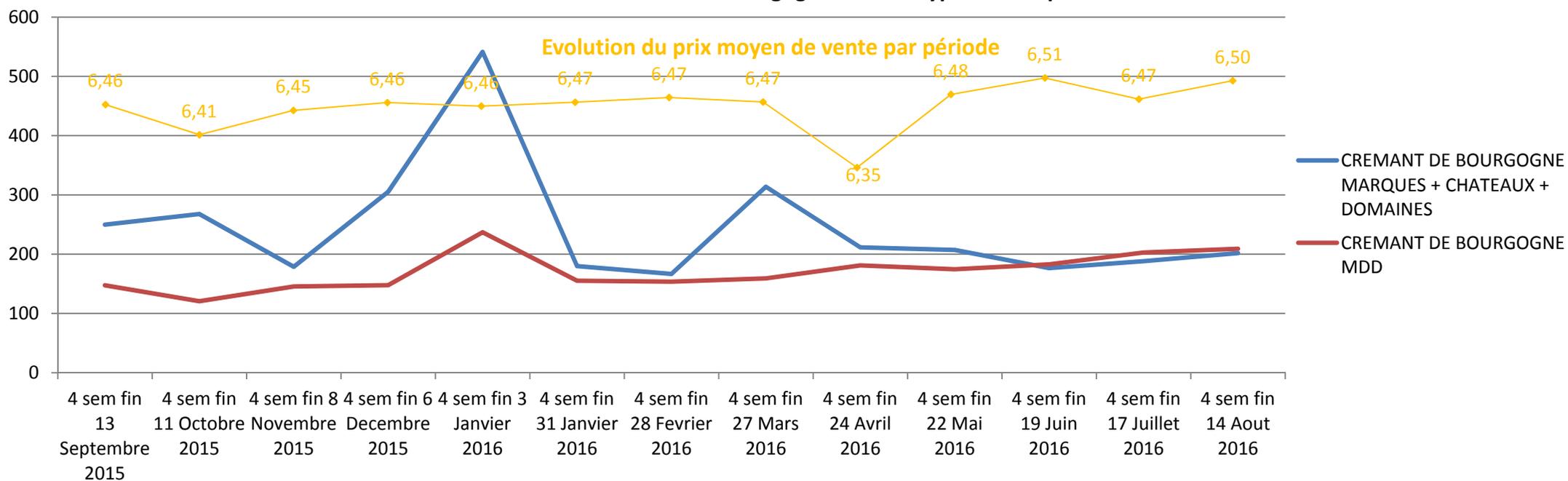
Ventes de Crémant de Bourgogne par période en fonction du type de marque (et prix moyen de vente)

Sur l'année arrêtée à août 2016, les ventes de Crémant de Bourgogne sous marques de domaines / châteaux / maisons sont globalement plus élevées que celles des MDD, mais à court terme, la dynamique est plus favorable aux MDD.

On observe de nouveau cette année un pic important des ventes au moment des fêtes de fin d'année.

Les prix de ventes moyens sont globalement restés assez stables toute l'année (léger mieux sur le dernier trimestre).

Evolution des ventes de Crémant de Bourgogne selon le type de marque



		Ventes Volume (1000 cols)	Evol a 1 an Volume (%)	Gain a 1 an Volume (1000 cols)	Ventes Valeur (1000 €)	Evol a 1 an Valeur (%)	Gain a 1 an Valeur (1000)	Prix Moyen (€/col)	Evol a 1 an du Prix Moyen (%)	DN Totale	Ventes Volume Promo (1000 cols)	Evol a 1 an Volume Promo (%)	Gain a 1 an Volume Promo (1000 cols)	Prix Moy Promo (€/col)
CREMANT DE BOURGOGNE	CAM août 2016	5 404	+10,5%	+514	34 901	+10,8%	+3 415	6,46	0,3 %	93	1 281	+29,0%	+288	€6,31
	Cumul Courant août 2016	3 064	+13,7%	+370	19 803	+14,0%	+2 425	6,46	0,2 %	93	549	+47,6%	+177	€6,27
Dont CREMANT DE BOURGOGNE MARQUES + CHATEAUX + DOMAINES	CAM août 2016	3 188	+9,4%	+274	21 287	+9,3%	+1 815	6,68	-0,1 %	75	1 194	+25,9%	+246	€6,38
	Cumul Courant août 2016	1 645	+8,2%	+125	11 108	+8,5%	+870	6,75	0,3 %	75	475	+42,3%	+141	€6,41
Dont CREMANT DE BOURGOGNE MDD	CAM août 2016	2 216	+12,1%	+240	13 614	+13,3%	+1 600	6,14	1,1 %	77	119	+59,0%	+44	€5,68
	Cumul Courant août 2016	1 418	+20,9%	+245	8 695	+21,8%	+1 555	6,13	0,8 %	78	89	+75,4%	+38	€5,55



Bilan des ventes uniquement sur les 8 premiers mois 2016


BOURGOGNES
Bureau Interprofessionnel
des Vins de Bourgogne





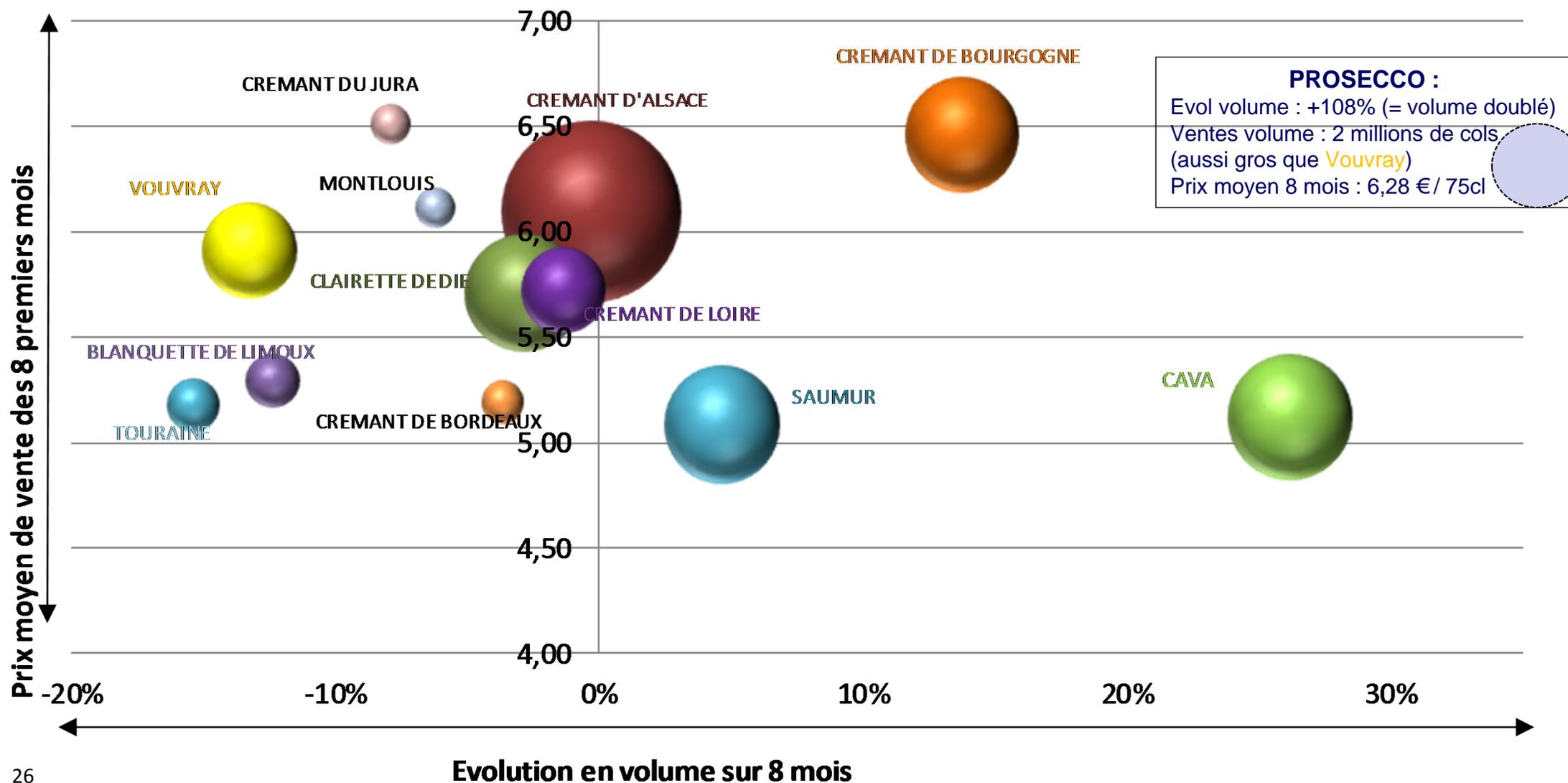
Evolution des ventes au cumul courant à août 2016

Sur les 8 premiers mois 2016, **Prosecco** et **CAVA** enregistrent les plus fortes progression.
Seul le **Crémant de Bourgogne** reste sur la même dynamique (+14%).

Et pour la première fois depuis des années... les ventes de **Crémant d'Alsace** ne progressent plus !

↳ passage du prix moyen au-delà de 6€ difficile à faire passer ?

Evolution des ventes volume par vignoble et prix moyen au cours des 8 premiers mois 2016

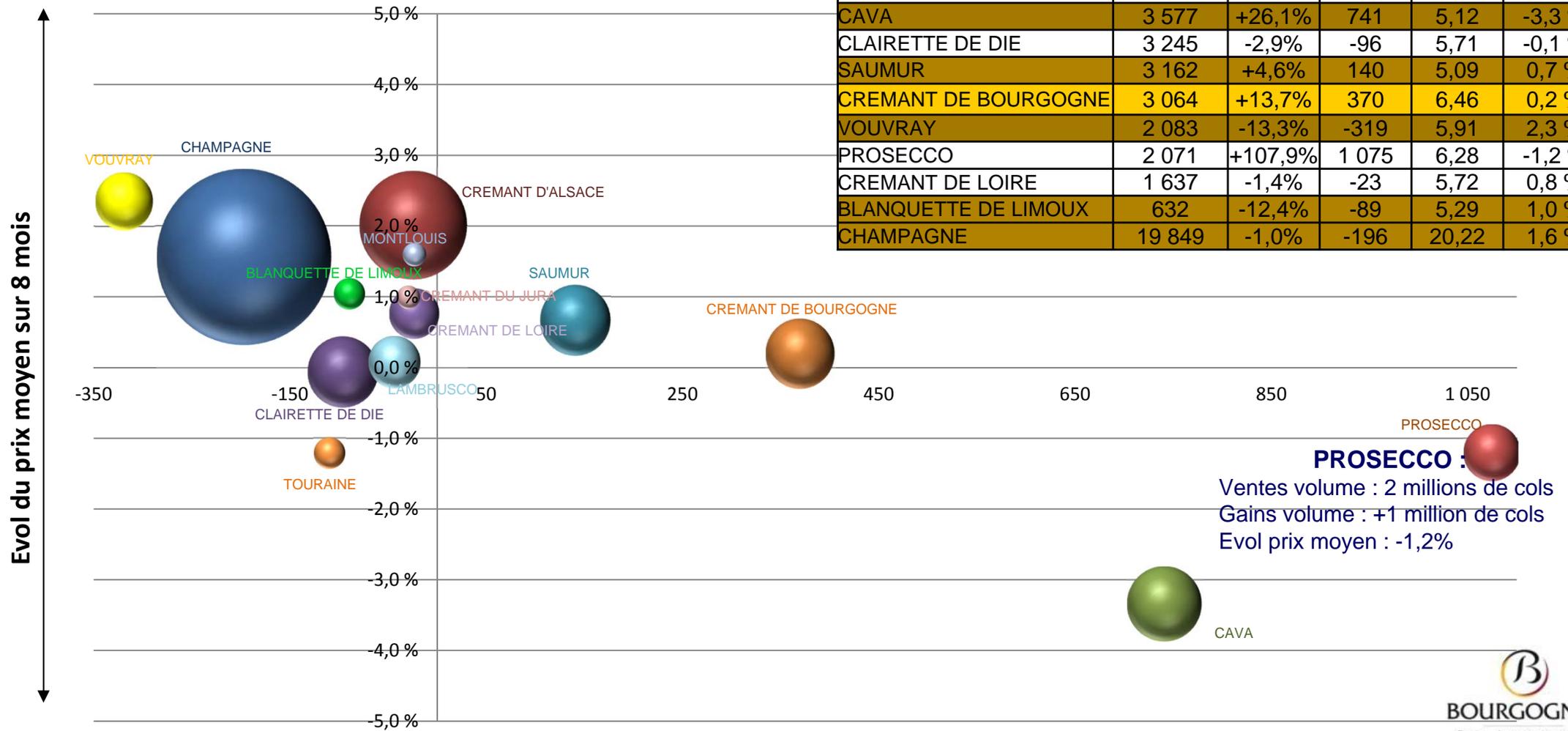


Gains et évolution des prix moyens au cumul courant à août 2016

Cava et Prosecco progressent au détriment de leur prix moyen.

Les appellations qui enregistrent des hausses de prix moyen se retrouvent pour la plupart en recul en volume.

Evolution du prix moyen et gains volume par vignoble sur les 8 premiers mois 2016



Gains / pertes en volume (x1000) sur 8 mois