



COMMERCE & CONSOMMATION

LSA

JEUDI 31 AOÛT 2017 N° 2471 - 6,90 EUROS

Foires aux vins 2017

LES 9 BONNES IDÉES

Dossier page 36

Une rentrée sous
le signe d'un
optimisme mesuré
L'ÉVÉNEMENT p. 8

Transparence :
les industriels sommés
de montrer patte blanche
LES STRATÉGIES p. 18

Les 3 priorités
des distributeurs
face aux start-up
LES MÉTIERS p. 28



Les Français
de plus en plus
fans de végétal
LES PRODUITS p. 44



Les foires aux vins, l'un des principaux temps forts d'un magasin avec les chocolats de Noël et les opérations beauté, vont bientôt commencer. Un événement à renouveler chaque année pour éveiller la curiosité des consommateurs.

Les 9 bonnes idées des foires aux vins 2017

LE CONTEXTE

■ Un marché du vin à la peine.

Les ventes ont chuté de 2,6 %, à 1,09 milliard de litres sur un an.

Source : Iri, CAM au 26.02.2017, tous circuits

■ Une clientèle du vin à rajeunir. Selon Kantar Worldpanel, 77 % des achats de vins

tranquilles sont réalisés par des 50 ans et plus. Avec un budget annuel moyen par foyer acheteur de 178,6 € chez les 65 ans et plus mais seulement de 47,9 € pour les moins de 35 ans.

■ Le marché du vin est concurrencé par un segment moins complexe, celui de la bière. Celui-ci n'a en effet pas d'AOC, ni d'IGP, ni d'effets millésimes. Des repères qui peuvent rebuter les néophytes.

L'année 2017 sera-t-elle un bon millésime pour les foires aux vins ? Pas besoin d'être prophète pour avancer une réponse positive. En effet, les châteaux bordelais vont «débloquer» à la fin de l'été le millésime 2015, le meilleur de la décennie en cours. «Un millésime exceptionnel est en train de naître, avait écrit, le 3 octobre 2015, sur le site EnMagnum, le dégustateur Michel Bettane. Exceptionnel au sens premier, c'est-à-dire porteur d'une originalité de caractère et d'un potentiel qui ne peut se comparer à aucun autre.» Nul doute que «le 2015», comme disent les connaisseurs, les fera se déplacer en magasins. Autre argument : le gel de ce printemps, qui a ravagé quantité de vignes dans la quasi-totalité des régions viticoles, va faire grimper les prix des prochains millésimes. Ce sera d'ailleurs un exercice difficile pour les enseignes de dénicher de bons nectars en quantités suffisantes pour les foires aux vins 2018 et 2019, alors que l'édition 2017 est attendue comme celle où l'on peut remplir sa cave pour les deux ou trois ans à venir sans avoir à vider son compte épargne.

À côté des effets de millésimes, certains mais classiques, les Français aiment que les foires aux vins les surprennent. «C'est le moment de faire passer des messages», dit mystérieusement Gérard Brégeon, associé U de La Tranche-sur-Mer (85) et responsable de la file vins de l'enseigne. Entendez par là que la foire aux vins, au-delà d'être un événement qui rapporte du chiffre d'affaires, doit refléter l'identité d'une enseigne. C'est pourquoi – et ce ne sera pas très distinctif – les foires aux vins d'à peu près toutes les enseignes auront une thématique bio. «La foire aux vins, c'est le moment de renforcer les aspérités de l'offre permanente, détaille Yves Belen, responsable du groupe boissons chez Auchan, qui a monté la filière bio en intégrant la Socobo, filiale bio d'Auchan. Il y aura de plus en plus de vins bio. Pour cela, nous nous engageons fortement auprès des viticulteurs en conversion, avec des contrats de trois ans.»

Concurrence accrue

Vins bio, vins en biodynamie ou vins nature, notamment chez Carrefour Market, vins végans dans les enseignes bio comme Biocoop et Naturalia, vins de France chez Casino... Chacun a soigneusement choisi les vins qui marqueront la différence, dans un contexte de concurrence accrue. Preuve ultime que les distributeurs capitalisent encore beaucoup sur ce temps commercial : l'arrivée de deux nouveaux ambassadeurs, Béatrice Da Ros, directrice de l'Union des œnologues de France, chez Carrefour Market, et Gaëtan Bouvier, meilleur sommelier de France 2016, chez Leader Price. Deux ambassadeurs qui ont la lourde tâche de premiumiser et professionnaliser encore un peu plus la foire aux vins de ces enseignes. ■

SYLVIE LEBOULENGER



Dossier

5

Ce gewurztraminer bio de 2015 élaboré par Wolfberger est proposé chez Carrefour. Elevé en biodynamie, le côtes-du-roussillon du Domaine Cazes (ci-dessous) sera en vente chez E. Leclerc.



© STUDIO KRISTIAN REMPE

LE BIO, GRANDE VEDETTE de toutes les enseignes

E. Leclerc va mettre en avant dans son prospectus une douzaine de vins bio, « non parce qu'ils sont bio mais parce qu'ils sont bons », tient à préciser Didier Coustou, adhérent E. Leclerc chargé du vin. Un argument repris à peu près par tous ses concurrents. Et pour cause. S'il y a un millésime où le vin bio est hyperqualitatif, c'est bien 2016. Alors, comme E. Leclerc, Franprix, Carrefour, Match, Système U va présenter toute une sélection de nectars siglés AB. « C'est une vraie volonté de l'enseigne de nous engager dans le bio », souligne Gérard Brégeon, associé à la Tranche-sur-Mer (85) et chef de file vins. Notre marque U Bio, qui compte 15 vins, enregistre des croissances de 30 à 40%. Alors, pour notre foire, nous n'allions pas nous priver de référencer des vins bio. »

