

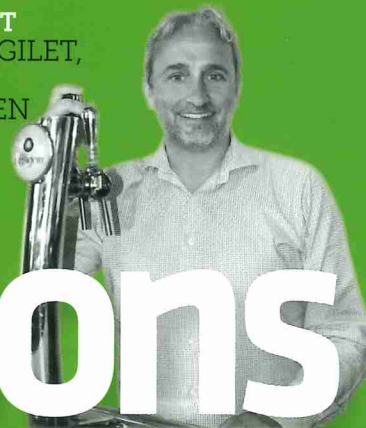
ENQUÊTE

LES FOIRES
AUX VINS SOUS
LE SCEAU DU
DISTANCIEL
P. 30

PARIS XV^e
QUAND
MONOPRIX
POUSSE LA
MOUSSE P. 32



PORTRAIT
PASCAL GILET,
PDG DE
HEINEKEN
FRANCE
P. 110



Rayon Boissons

OCTOBRE 2020 N° 299

LE MAGAZINE DES BOISSONS EN GRANDE DISTRIBUTION

40
NOUVEAUX
PRODUITS
À DÉCOUVRIR
P. 103

P.16 LA GRANDE DISTRIBUTION NE SE CONTENTE PLUS DE FAIRE DU GREENWASHING. EMPORTÉES PAR LA VAGUE VERTE, LES ENSEIGNES ONT FAIT DE L'ENVIRONNEMENT UN ENJEU MAJEUR DE LEUR AVENIR À MOYEN TERME.

LA
RÉVOL
UTION
VERTE

INVENTER LA VITICULTURE DE DEMAIN

Chez Wolfberger, depuis toujours nous faisons évoluer nos pratiques culturales en faveur d'une viticulture plus saine et plus durable en expérimentant toutes les solutions et les connaissances disponibles.



L'HUMAIN ET LES SCIENCES AU SERVICE D'UNE VITICULTURE DURABLE.

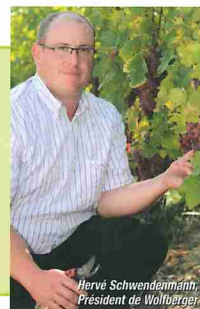
Parmi les plus grands producteurs de Vin Biologique en Alsace depuis plus de 15 ans, Wolfberger bénéficie d'une longue expérience en la matière. En effet, le Bio a été un formidable laboratoire de cultures alternatives ; il a permis de remettre en question certaines pratiques culturales et favoriser une prise de conscience générale. Toutefois, force est de constater que le Bio montre aussi des limites en matière de protection de l'environnement et qu'il faut dépasser cette approche.

La certification Agri Confiance® NF V01-007

Parallèlement, Wolfberger a anticipé de longue date la nécessité de faire évoluer ses méthodes de viticulture conventionnelle. La Maison est **certifiée Agri Confiance® depuis presque 10 ans**. C'est un contrat d'engagement réciproque exigeant entre la cave et chacun de ses adhérents. Tous nos viticulteurs ont bénéficié d'un bilan individuel de leur pratique et de plans d'actions ciblés, de sessions régulières de formation par petits groupes afin de renforcer les connaissances sur la vigne et promouvoir des méthodes alternatives de culture : détection des maladies du bois, diminution des doses

phytosanitaires, soin des vignes par les plantes, recours à la confusion sexuelle⁽¹⁾. Résultat, **en 5 ans, Wolfberger est déjà parvenu à une baisse de 25% de l'utilisation de phytosanitaires**. Wolfberger privilégie les solutions fiables autorisant des indicateurs irréfutables.

Aujourd'hui, plus que jamais pionnier et volontariste, Wolfberger assume de s'engager sur une troisième voie de viticulture durable qui repose sur de vrais choix techniques et rigoureux s'affranchissant des idées reçues et des pratiques ésothériques sans fondement scientifique.



La technologie au service de la terre

En matière d'innovations technologiques, nous avons investi dans des stations météo sophistiquées qui équipent nos parcelles et qui nous permettent une maîtrise optimale et une réduction des doses appliquées. En cours de saison, cette diminution peut atteindre jusqu'à 60% lorsqu'elle est associée à des techniques extrêmement précises de pulvérisation. Ces méthodes correspondent parfaitement à l'approche chirurgicale de notre métier. Afin de trouver une alternative au désherbage chimique, nous explorons l'ensemble des pistes existantes pour désherber sous le rang de vigne. Cela passe par l'étude et l'expérimentation de divers outils mécaniques guidés sur tracteurs ou embarqués sur des robots enjambeurs autonomes,

ainsi que de différentes solutions de désherbage électrique ou à l'eau chaude.

Recherches en agronomie

Les avancées agronomiques s'associent aux évolutions numériques et robotiques : nous développons l'usage de produits de biocontrôle⁽²⁾ stimulateurs des défenses naturelles de la plante d'origine naturelle (extrait de pectines de fruits et chitosan issu des carapaces des crustacés). Nous favorisons le soin et le maintien de la fertilité des sols viticoles par les plantes en développant le principe du couvert végétal⁽³⁾, inspiré de l'agriculture de conservation. Preuve de réussite de ces pratiques, notre **Riesling Grand Cru Muenchberg 2017** a obtenu une belle récompense au Concours 2019 des Grands vins blancs du monde, **désigné ex-aequo « Trophée du Meilleur Vin Sec du Monde »** parmi les médailles d'or.

En parallèle, nos investigations portent sur des mises en culture de nouveaux cépages résistants au mildiou et à l'oïdium : Floréal et Voltis. Ces variétés issues de sélection et de croisement traditionnel, sans mutations génétiques, permettent de réduire de 85% la fréquence des interventions de traitements. L'objectif est de confronter la qualité de ces cépages résistants obtenus par l'INRA au terroir alsacien et au changement climatique qu'il subit.

Préservation du patrimoine viticole

Mais qui dit approche scientifique au service d'une viticulture durable, dit aussi logique de préservation d'un patrimoine génétique végétal. Notre vision à long terme nous permet d'investir dans la création d'un important conservatoire ampélographique (le plus grand en Alsace à ce jour) autour de la cave de Colmar afin de mettre en réserve la diversité génétique des plus belles et des plus anciennes parcelles de nos adhérents. Cette bibliothèque végétale constitue un réservoir supplémentaire pour assurer la qualité de nos plantations futures et envisager l'avenir de l'Appellation.

Ainsi, nous avançons de manière réfléchie et méticuleuse pour mieux connaître et mieux anticiper. Notre politique volontariste en faveur de l'environnement est guidée depuis plus de 10 ans par des choix issus de la science, qui se veulent à la fois évolutifs, économiquement viables et ouverts au progrès.

Hervé Schwendenmann, Vigneron Président de Wolfberger
Bertrand Dufour, Directeur Général de Wolfberger



www.wolfberger.com

Retrouvez-nous sur :    

(1) Confusion Sexuelle : méthode alternative à l'utilisation d'insecticides chimiques par des phéromones sexuelles diffusées dans une parcelle qui rendent le lieu non optimal pour l'insecte, il ne peut plus retrouver les femelles.

(2) Biocontrôle : ensemble de méthodes de protection des cultures basées sur le recours à des organismes vivants ou des substances naturelles selon 4 catégories d'approches basées sur des macro-organismes (insectes, nématodes, etc.), des micro-organismes (virus, bactéries ou champignons), des médiateurs chimiques (phéromones), ou des substances naturelles d'origine minérale, végétale ou animale.

(3) Couvert végétal : désigne des couches successives de plantes et de végétaux qui protègent les sols de l'érosion, des températures excessives et de l'évaporation. Les couverts végétaux protègent la surface, fournissent de la matière organique, restructurent le sol avec leurs racines. Ils ont également un rôle important dans la gestion du salissement et de l'eau, sans compter les possibilités de fixation de l'azote atmosphérique pour les cultures suivantes. Couvrir ses sols c'est accéder à davantage d'autonomie pour le viticulteur et par conséquent à moins de mécanisation, de phytochimie et d'engrais.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

DOSSIER

VINS EFFERVESCENTS

+79%

C'EST LA PROGRESSION
DU PROSECCO SUR UN AN
À MI-AOÛT 2020 SUR LE
CIRCUIT DU DRIVE D'APRÈS IRI.
LE VOLUME ÉCOULÉ S'ÉLÈVE
À 825 000 BOUTEILLES.



SOMMAIRE

94
TOP : LE TOUR DE
FRANCE DES INNOS

96
SANS ALCOOL
UN VAIN DE RESSOURCES



98
PROSECCO IMMUNISÉ
AU VIRUS

99
DD : CARREFOUR
GARDE LA MAIN VERTE

100
LES BLANCS DE BLANCS
ONT LE DOS ROND

UNE ANNÉE À VITE OUBLIER...

Le marché des vins effervescents a pris de plein fouet la crise de la Covid-19 et le confinement. Une période qui devrait laisser des séquelles. Les opérateurs espèrent toutefois limiter la casse sur le second semestre avec les fêtes de fin d'année propices à la consommation de bulles.



Tout le monde
croise les doigts !
Distributeurs et opé-

rateurs espèrent vivre un second semestre un peu plus clément que le premier. La crise sanitaire et la période de confinement ont en effet particulièrement touché le marché des vins effervescents. Selon les chiffres d'IRI tous circuits confondus, les ventes de bulles ont diminué sur an à mi-août de - 5 %

à 134 millions de bouteilles. Soit une perte sèche de sept millions de cols sur un an ! Dans le détail, le segment des crémants, saumur et consorts recule de - 5,7 % en volume alors qu'il était stable début février. Au cumul courant de janvier à juillet 2020, les baisses sont encore plus impressionnantes : - 15,7 % pour les appellations et - 10,4 % pour le total de la catégorie par rapport à la même période en 2019.

Les trois mois de confinement pèsent en effet très lourd dans la balance avec des chutes abyssales de l'ordre de - 15 % à - 35 % selon les semaines et les segments de marché. « *Les bulles sont habituellement consommées dans un contexte festif*, constate Aurélien Piffaut, directeur général de Veuve Ambal. *Les Français n'avaient pas vraiment la tête à faire sauter le bouchon.* » À l'exception des »

» proseccos qui affichent une croissance de +16 % pendant le confinement ! (cf. page 98). D'un point de vue du calendrier, le confinement n'est pas bien tombé du tout. C'est une période qui correspond à l'achat de vins effervescents destinés à être consommés à l'occasion de fêtes familiales (communions, mariages, etc.) ou de rencontres associatives et sportives. Heureusement, le déconfinement a rapidement rassuré les acteurs du marché. Lequel a redémarré de manière spectaculaire, notamment au mois de juin avec des ventes en croissance de +15 %. La saison estivale a globalement été positive. « La situation est revenue comme avant avec de bons taux de destructions lors d'opérations sur prospectus consacrées aux bulles et de belles sorties au niveau du fond de rayon », constate un acheteur vins. De quoi donner quelques lueurs d'espoir aux fournisseurs qui ont désormais les yeux braqués sur la fin d'année. « Toutes nos promotions sont calées avec nos clients et nous croisons juste les doigts pour que la conjoncture soit

VERBATIM

OLIVIER SOLHER,
DIRECTEUR DE LA
FÉDÉRATION NATIONALE
DES PRODUCTEURS
ET ÉLABORATEURS DE
CRÉMANTS

« Dans un contexte encore incertain, la prudence est de mise. Nous attendons d'observer le comportement des consommateurs en cette fin d'année. Toutefois, la plupart des vignobles ont joué la sécurité en réduisant leurs rendements pour adapter l'offre à la demande. Cette crise tombe mal, car après la petite récolte 2017, nous avions retrouvé un niveau de production qui nous permettait d'accroître nos volumes de commercialisation. »



propice aux vins effervescents », précise Aurélien Piffaut qui traduit bien le sentiment général. « Le positionnement abordable de la catégorie devrait aussi nous être favorable en cette fin d'année », analyse Frédérique Lenoir, directrice marketing de Freixenet-Gratien. La plupart des fournisseurs espèrent ainsi enregistrer un atterrissage stable fin 2020 pour les optimistes ou légèrement négatif. « Nous ne sommes pas dans la même situation de crise que le champagne. La tendance sur le long terme pour la catégorie des effervescents reste positive », souligne Bernard Jacob, directeur général d'Orchidées Maisons de Vin.

RÉAJUSTER LA PRODUCTION

Reste que la crise de la Covid-19 n'est pas sans conséquences à plus court terme. « Les volumes perdus ne seront jamais rattrapés », précise Carole Couret, directrice commerciale de Wolfberger. Face à une baisse conjoncturelle des ventes, les opérateurs doivent en effet faire des choix afin de réduire leur budget. « Nous avons dû par exemple revoir à la baisse le nombre de jours d'animations pour la fin d'année », explique Marine Lombardo, directrice marketing de Jaillance. Plus en amont, la crise a pour effet d'obliger la filière à ajuster son potentiel de production. Exemple : le rendement pour le crémant-de-loire est passé de 74 hl/ha en 2019 à 68 hl/ha cette année. « L'idée est de permettre aux vignerons de faire des réserves climatiques », souligne Bernard Jacob. Afin de faire face à de petites années comme en 2017, l'Inao a autorisé les producteurs de cette AOP à augmenter leurs volumes complémentaires individuels de 6 hl/ha à 12 hl/ha sur ce millésime. Ces mesures concernent aussi d'autres appellations ligériennes ainsi que les dénominations alsacienne et bourguignonne. Le bon sens est de rigueur pour passer au mieux 2020, une année à vite oublier...

YVES DENJEAN

TABLEAU DE BORD

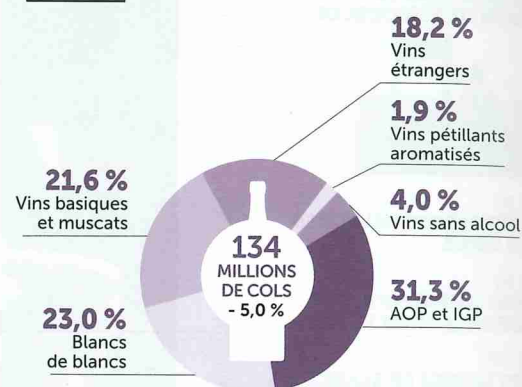
LE MARCHÉ EN GRANDE DISTRIBUTION

Source : IRI d'après fabricants

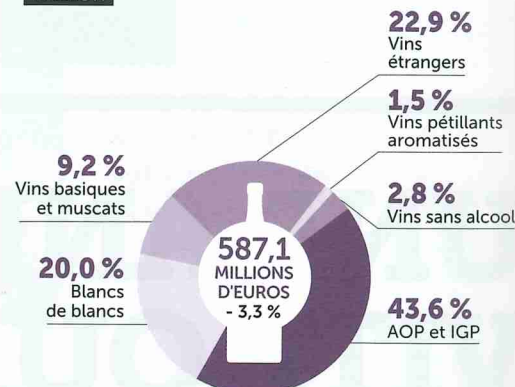
RÉPARTITION PAR SEGMENT DES VENTES DE VINS EFFERVESCENTS HORS CHAMPAGNES EN HYPERMARCHÉS, SUPERS, MAGASINS DE PROXIMITÉ ET E-COMMERCE DU 19 AOÛT 2019 AU 16 AOÛT 2020.

Évolutions à un an.

VOLUME



VALEUR



Les premiers prix dans le rouge

Les vins mousseux basiques poursuivent leur chute avec un repli de -8 % pour atteindre un volume de 20 millions de cols. Soit une perte nette de 1,7 million d'équivalents cols 75 cl. En baisse constante depuis plusieurs années, ce segment de marché ne voit toujours pas le bout du tunnel.

LE CLASSEMENT DES MARQUES

Source : panels de distributeurs, origine fabricants

VENTES EN MILLIONS DE COLS DES 10 PRINCIPALES MARQUES DE VINS EFFERVESCENTS EN HYPERMARCHÉS, SUPERS, MAGASINS DE PROXIMITÉ ET E-COMMERCE SUR LA PÉRIODE DU 19 AOÛT 2019 AU 16 AOÛT 2020.

Évolutions à un an.

En millions de cols



* Compagnie Française des Grands Vins - **Campari France Distribution

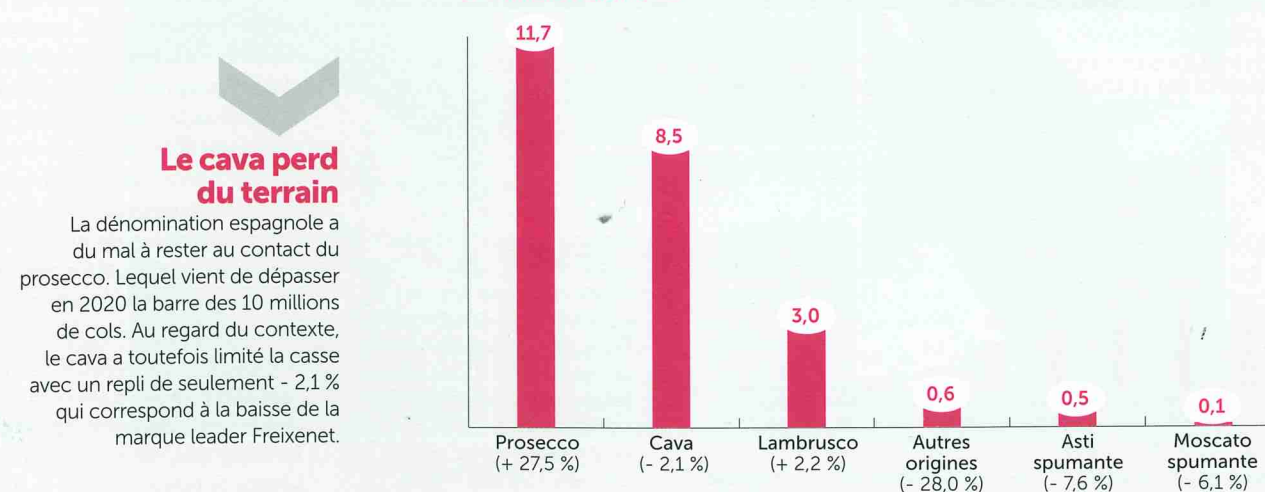
ZOOM SUR LES VINS ÉTRANGERS

Source : panels de distributeurs, origine fabricants

VENTES EXPRIMÉES EN MILLIONS DE BOUTEILLES DES DÉNOMINATIONS DE VINS ÉTRANGERS EN HYPERMARCHÉS, SUPERS, MAGASINS DE PROXIMITÉ ET E-COMMERCE SUR LA PÉRIODE DU 19 AOÛT 2019 AU 16 AOÛT 2020.

Évolutions à un an.

En millions de bouteilles



Le cava perd du terrain

La dénomination espagnole a du mal à rester au contact du prosecco. Lequel vient de dépasser en 2020 la barre des 10 millions de cols. Au regard du contexte, le cava a toutefois limité la casse avec un repli de seulement -2,1 % qui correspond à la baisse de la marque leader Freixenet.

AOP : LE TOUR DE FRANCE DES INNOS

Le marché des appellations a connu cette année un fort ralentissement. Pour faire face, les opérateurs réalisent de nombreuses initiatives pour renforcer leurs positions et limiter l'impact de la crise. Rayon Boissons fait le point des principales actualités des acteurs à travers l'Hexagone.

Les appellations ne sont malheureusement pas passées à travers les gouttes. La période du confinement pèse lourd sur les comptes. Tous circuits confondus, exception faite des supermarchés à dominante marques propres, les bulles AOP ont vu leurs sorties reculer de - 5,7 % sur un an à mi-août. Soit une perte sèche de 2,5 millions de cols en l'espace d'un an. Pas question toutefois pour les opérateurs de baisser les bras et de subir la situation. Afin de renforcer leurs positions et limiter les effets de la crise, les élaborateurs de bulles dynamisent leur offre commerciale, notamment en proposant de nouvelles cuvées où la « naturalité » prédomine. C'est le cas par exemple du leader du crémant-d'alsace Wolfberger qui déploie sur ses bouteilles

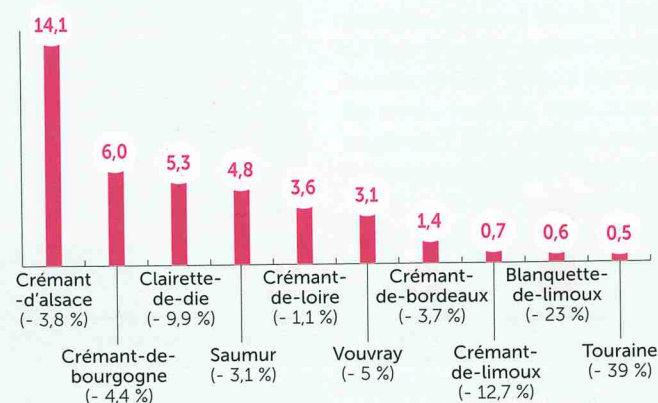
les pyramides qui expliquent la démarche Agri-confiance développée par la cave coopérative d'Eguisheim (67). « Nous avons observé l'impact très positif de cet outil d'information auprès des consommateurs, particulièrement à l'occasion des soirées foires aux vins et lors d'autres animations », explique Carole Couret, directrice commerciale de Wolfberger. Une initiative qui sera accompagnée en parallèle par la sortie de cuvées spéciales pour les fêtes de fin d'année. Pour sa part, la signature challenger Arthur Metz va explorer de nouveaux territoires en lançant un bio vegan ainsi qu'une version sans sulfites ajoutés. Cette initiative sera d'ailleurs déclinée sur les autres signatures des Grands Chais de France (GCF), à Bordeaux avec

GRANDS CHAIS DE FRANCE
MISENT
SUR LE
SANS SOUFRE

LES CRÉMANTS SOUFFRENT « UN PEU » MOINS

Source : panel de distributeurs d'après fabricants

SORTIES EN MILLIONS DE COLS 75 CL DES APPELLATIONS EN HYPER, SUPERS, MAGASINS DE PROXIMITÉ ET E-COMMERCE DU 19 AOÛT 2019 AU 16 AOÛT 2020. ÉVOLUTIONS À UN AN.



Les crémants résistent un peu mieux que le marché des AOP en baisse moyenne de - 5,7 %. Mention spéciale pour le crémant-de-loire qui voit ses sorties reculer de seulement - 1,1 % quand les grandes dénominations comme l'Alsace et la Bourgogne perdent pour leur part - 3,8 % et - 4,4 %.



sa référence Calvet ou encore dans la Loire avec Lacheteau. Dans cette même région, le groupe présidé par Joseph Helfrich présente désormais ses domaines ligériens sous la certification HVE 3. Il s'agit du château de Montguéret en AOP saumur et du château Champeloup en crémant-de-loire.

RÉALITÉ AUGMENTÉE POUR ACKERMAN

De son côté, Orchidées Maisons de Vin se montre très actif en cette fin d'année avec la sortie de nombreuses nouveautés : une gamme premium Émilie Ackerman en crémant-de-loire, une référence « sleeve » en brut et en rosé ainsi que Nouvel Esprit d'Ackerman sans sulfites ajoutés. Cette dernière propose une expérience de réalité augmentée en scannant l'étiquette de la bouteille via l'application Snappress pour découvrir une animation graphique en 3D. « Nous invitons ainsi le consommateur à entrer au cœur de notre démarche collective visant à restituer l'expression du meilleur de la nature : sans sulfites ajoutés, sans usage d'insecticides et sans usage de glyphosate », indique l'opérateur. Une initiative qui est également déclinée sur trois vins tranquilles du vignoble ligérien. En Bourgogne, Veuve Ambal va également se positionner sur le HVE 3 notamment à travers ses propriétés (cf. page 100). Le leader du

© Rayon Boissons

Wolfberger va renforcer la présence sur ses bouteilles de crémant-d'alsace des pyramides qui présentent la démarche Agri-confiance.

bourguignon, le groupe Castel entend soutenir sa marque Valenger lancée en 2018 via par exemple un programme d'animations orienté vers la mixologie avec un cocktail, le Fresh Burgundy. Une stratégie qui concerne aussi le crémant-de-bordeaux Malesan avec la recette « le Velours ».

LA LÉGÈRE DEVIENT SURPRENANTE

Cette signature connaît d'ailleurs une belle croissance en hypers et supers sur un an à mi-juillet 2020 : + 7,3 % à 260 000 cols. Soit seulement 110 000 bouteilles d'écart avec le leader de l'appellation Jaillance. Lequel entend se développer via des cuvées millésimées et bio. Sur la clairette-de-die, le groupe coopératif a retravaillé son

innovation, La Légère, sortie en début d'année. Cette référence allégée naturellement en sucres se transforme sous une nouvelle identité, La Surprenante, avec un packaging relifté et moins rupturiste qui reprend les codes graphiques de la gamme Jaillance. Plus au sud, en Languedoc, la cave coopérative Sieur d'Arques a décliné sa marque phare Aguir en bio. « Quatre ans après son lancement, nous avons souhaité élargir et compléter le brut et le rosé avec un produit certifié agriculture biologique », indique Laurence Rouanet, responsable marketing de Sieur d'Arques. Histoire d'avoir une flèche supplémentaire à son arc afin de pousser l'appellation crémant-de-limoux.

YVES DENJEAN

+73%
C'EST LA PROGRESSION
ANNUELLE DU CRÉMANT-
DE-BORDEAUX MALESAN
EN HYPER ET SUPERS
SELON IRI

M^{lle} LADUBAY
BRUT DE LOIRE
Maison Fondée en 1851 à Saumur

SAUMUR BRUT & CRÉMANT de LOIRE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

LCOOL RESSOURCES

en résisté à la crise avec des ventes en léger repli. Une performance
lent bien finir l'année. D'autant que la période devrait profiter des
rché.



able qui s'explique
ar l'arrivée des
ts D'Artigny (cf. N°
91). Disponible au
e nouvelle gamme
matisées en flacon
ient chasser sur le
rtel Twist, a écoulé
litres en six mois.
ait pas propice aux
ous avons dû revoir
ivation en ciblant

Bardinet a réalisé une grande
tournée d'été sur les plages de
l'ouest et du sud de la France pour
faire découvrir sa nouvelle gamme
des Apéritifs Pétillants D'Artigny.

des influenceurs et en organisant
une tournée d'été pour faire décou-
vrir le produit, souligne Anne-Claire
Leenaert. Une campagne digitale
va accompagner le déploiement
de ces nouveautés au cours du
second semestre. » En parallèle,
Bardinet mise également sur la sor-
tie ce mois-ci de la Cuvée Prestige
D'Artigny en 100 % chardonnay (cf.
nouveaux produits p. 107). Sans
oublier la traditionnelle campagne
de publicité avec des spots télé qui
soutiendra la gamme D'Artigny en
fin d'année. Autant d'éléments qui
laissent présager un atterrissage
positif pour Bardinet fin 2020. Si
le contexte sanitaire le permet !

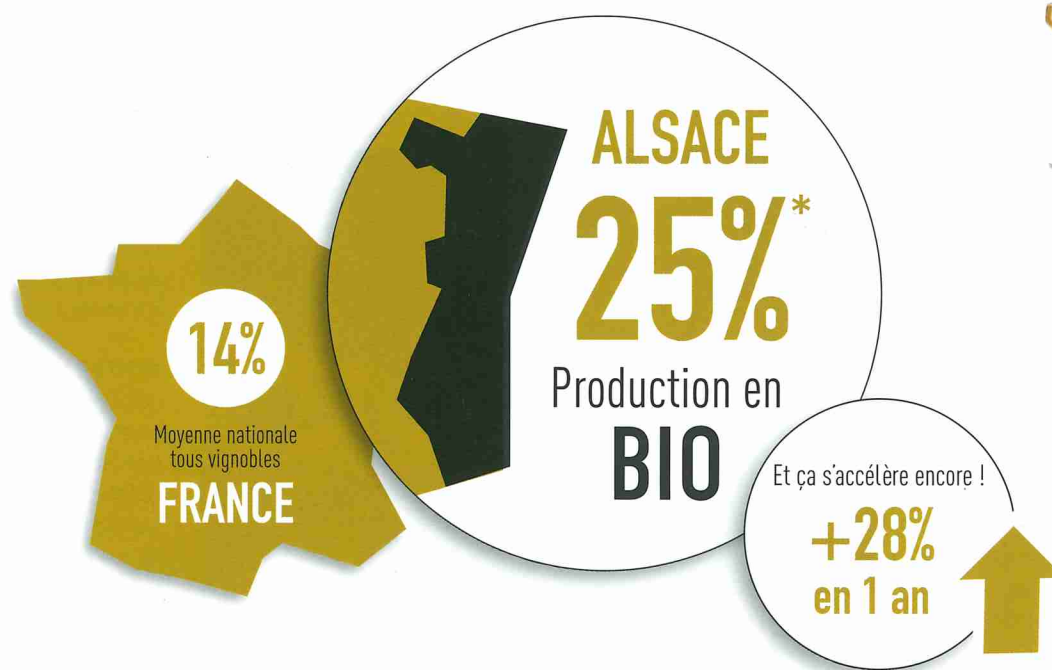
FESTILLANT MISE SUR LE DRY JANUARY

L'optimisme est aussi de mise du
côté du Freixenet-Gratien qui distri-
bue la marque challenger Festillant.
En recul de - 4 % à mi-août, elle
devrait refaire son retard au cours
des prochains mois. « Nous avons
enregistré de belles performances
sur les dernières périodes, indique
Frédérique Lenoir, directrice
marketing de Freixenet-Gratien.
Festillant va également bénéficier

VA
VINSALSACE

Le vignoble incontournable du bio

L'Alsace, au carrefour des tendances



Depuis plus de 50 ans