

ÉTUDE IRI - SYNTHÈSE

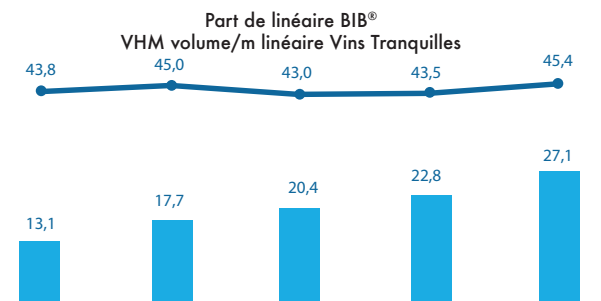
La bouteille en verre est créatrice de valeur pour le marché des vins tranquilles

Dans un contexte où le marché des vins tranquilles en grande distribution est en recul depuis plusieurs années, l'année 2020 a enregistré une légère reprise et a vu la concurrence s'intensifier entre les principaux formats d'emballage. Afin de mieux comprendre l'évolution du marché et notamment l'impact de la progression des ventes de BIB en grande distribution sur la création de valeur de la filière vin, la Fédération du Verre a commandité une étude IRI* pour obtenir un éclairage sur la situation du marché et le partager à l'ensemble des acteurs, producteurs et distributeurs. Cette étude révèle notamment en quoi la bouteille en verre tient un rôle fondamental dans la valorisation et l'attractivité du linéaire vin.

« Face à la menace d'une banalisation de l'offre de vin en France, la bouteille en verre reste le levier principal pour valoriser et mettre en avant la richesse et la diversité de nos vins et de nos terroirs. La bouteille en verre a su innover pour aller recruter et séduire de nouveaux consommateurs et répondre aux tendances actuelles de consommation où le design, l'élégance, la praticité et la recyclabilité sont devenus des moteurs dans l'acte d'achat. » Jacques Bordat, Président de la Fédération des Industries du Verre

HYPERMARCHÉ

En hypermarché, la part de linéaire moyenne des BIB® est de 19,7 points. Elle varie de 13,1 points à 27,1 points.



Volume

La croissance des BIB® n'est pas synonyme de gain

Quelle que soit la place occupée par le BIB® en rayon (13,1 % ou 27,1 % du linéaire), la moyenne de litre vendu (44,1 L par mètre de linéaire) est quasiment identique. Ce résultat démontre que pousser le linéaire des BIB® en hypermarché n'est pas synonyme de gain pour la catégorie vins tranquilles en magasin.

Valeur

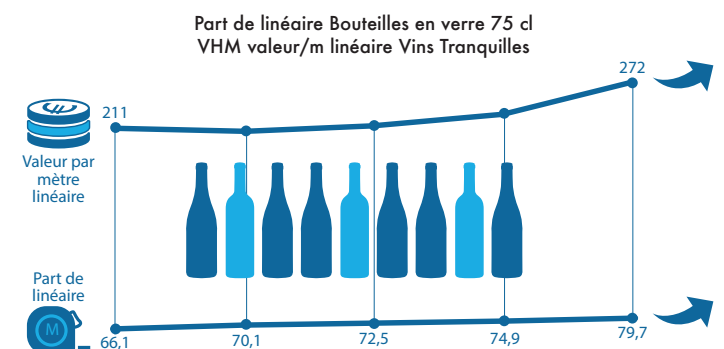
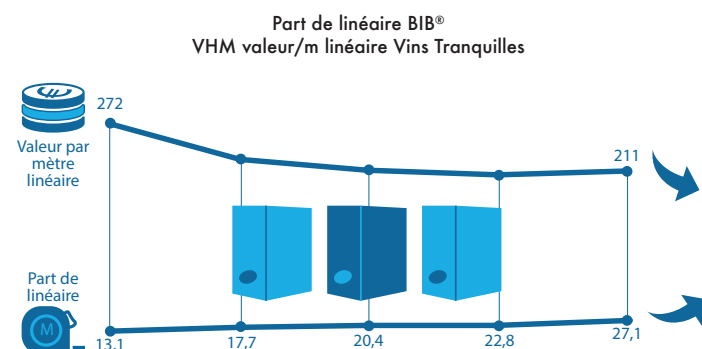
Plus on accorde de la place à la bouteille en verre, meilleures sont les performances

Au-delà des 20 % alloués en visibilité au BIB® en rayon, on dégrade la rentabilité du linéaire en hypermarché. Il passe ainsi de 272 €/le mètre de linéaire quand sa part est faible (13,1 points) à 211 €/le mètre de linéaire quand elle est forte (21,1 points).

Il se produit l'effet inverse quand la bouteille en verre de 75 cl occupe une part importante du rayon. Il passe de 272 €/le mètre de

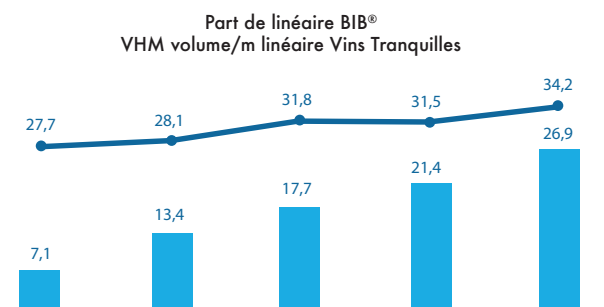
linéaire quand sa présence est forte (79,7 points) à 211 €/le mètre de linéaire quand sa part est réduite (66,1 points).

Quand le magasin alloue plus de trois-quarts de son linéaire à la bouteille en verre 75 cl, il dégage plus de chiffre d'affaires et il est également plus performant.



SUPERMARCHÉ

En supermarché, la part du linéaire moyenne des BIB® est de 18,2 points. Elle varie de 7,1 points à 26,9 points.



Volume

Les BIB® se développent sans générer de valeur

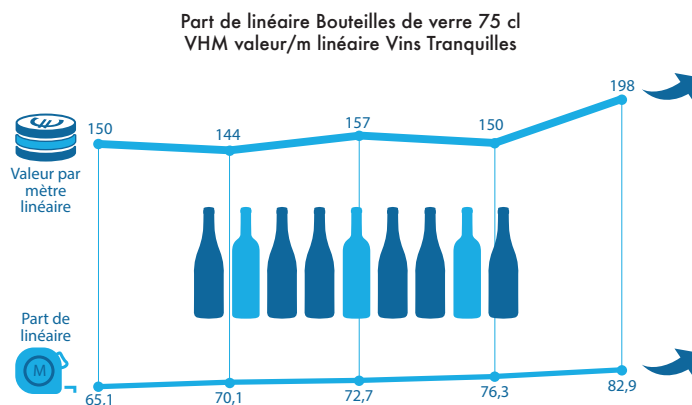
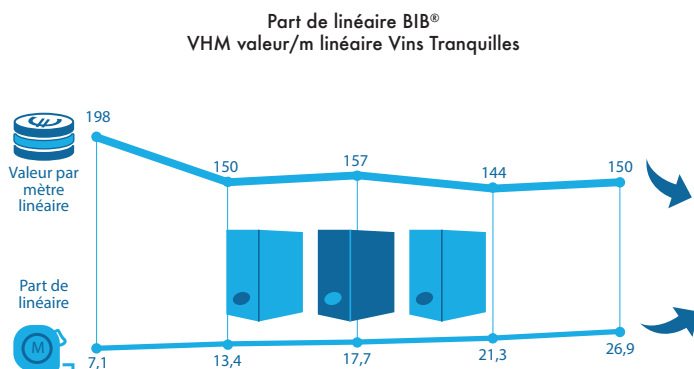
En supermarché, le développement du BIB® en volume n'est pas générateur de valeur pour le rayon vin tranquille. C'est bien la bouteille en verre qui est source de chiffre d'affaires pour le linéaire et de valorisation pour le segment (voir ci-dessous).

Valeur

La présence de la bouteille en verre valorise le rayon

Comme en hypermarché, la performance du rayon est moins bonne quand la place accordée aux BIB® est importante. Avec plus de 20 % de BIB®, le chiffre d'affaires du rayon chute. Il passe de 198 €/le mètre de linéaire avec 7,1 % de visibilité à seulement 150 €/le mètre de linéaire avec 25,9 % de place

Il se produit l'effet inverse avec la bouteille en verre de 75 cl. Quand elle tient une place importante, elle génère un meilleur chiffre d'affaires. Il serait entre 157 € et 198 €/le mètre de linéaire, dès lors que sa part dans le rayon dépasse les 70 %.



* Étude BIB®-Verres IRI/Fédération des Industries du Verre – Étude de dispersion de la part de linéaire des BIB® au sein des vins tranquilles en hypermarché (points de vente supérieur à 2 500 m²) et supermarchés (points de vente supérieurs à 400 m² et inférieurs à 2 500 m²) – Juin à octobre 2020

LA FÉDÉRATION DES INDUSTRIES DU VERRE

La Fédération des Industries du Verre représente en France les industries verrières relevant des filières de l'emballage, du flaconnage, du verre plat, de la gobeletterie, de l'isolation, de la fibre et des verres techniques. Elle regroupe les chambres syndicales des Verreries Mécaniques de France (CSVMF), des Fabricants de Verre Plat (CSFVP) et des Verreries Techniques.
www.fedeverre.fr

CONTACTS PRESSE : CLAIR DE LUNE

Raphaëlle Amaudric
raphaëlle.amaudric@clairdelune.fr
+33 (0)6 87 33 98 08 – www.clairdelune.fr

FÉDÉRATION DES INDUSTRIES DU VERRE

Françoise Gandon – Chargée de communication
francoise.gandon@fedeverre.fr
+33 (0)1 42 65 96 54