

S'ADAPTER OU DISPARAÎTRE



Château Fombrauge.

Frédéric Durand-Bazin

On les pensait en fin de course, « has been » ou sans intérêt... Il n'en est rien. Les foires aux vins battent, chaque année, des records de fréquentation et leur chiffre d'affaires ne cesse de s'envoler. Selon une étude Nielsen pour le magazine *Rayon Boissons* réalisée en janvier 2018, les ventes ont progressé de 2,6 %

lors des foires aux vins 2017 dans le circuit traditionnel (hypers, supers, drives et magasins de proximité), procurant un chiffre d'affaires de 1,12 milliard d'euros aux enseignes de la grande distribution. Leur secret ? S'adapter pour ne pas disparaître. Elles ont su suivre, en premier lieu, le changement de mode d'achat des consommateurs. Une étude réalisée par le Groupe Xerfi en juin 2017 estimait qu'à l'horizon 2020, 20 % des ventes de vin en France se feraient en ligne pour un chiffre d'affaires de 3,2 milliards d'euros. Pour rappel, en 2010, l'e-commerce de vin ne représentait que 310 millions d'euros. De nombreux sites spécialisés, les « pure players », se sont lancés dans ce créneau, à l'image de Cdiscount ou de Vente-privée, ce dernier ayant réalisé l'an dernier 2 millions d'euros de chiffre d'affaires durant les foires aux vins. Il s'est renforcé dans ce secteur en rachetant Le Petit Ballon, caviste de vente en ligne par abonnement. Les foires aux vins sont même devenues un enjeu majeur pour ces acteurs, à tel point que les enseignes traditionnelles essayent aujourd'hui de rattraper leur retard en propo-

sant une extension sur le web de leur traditionnelle opération d'automne. Carrefour, Leclerc et Auchan permettent, par exemple, de réserver ses bouteilles en ligne et d'aller les récupérer en magasin ou dans un drive.

Les foires aux vins ont su, en second lieu, s'adapter aux demandes des consommateurs, qui recherchent désormais plus de produits bio, biodynamiques ou naturels. Cette catégorie représente plus de 10 % de l'offre à Carrefour ou à Casino, 15 % à Système U, voire la totalité des vins chez les spécialistes (Naturalia ou Biocoop). Seul Leclerc ne semble pas avoir pris la mesure de ce changement et pourrait, à terme, se mordre les doigts de n'avoir su prendre le train en marche. L'enseigne, qui peut se targuer d'avoir inventé les foires aux vins (en 1973 au supermarché de Saint-Pol-de-Léon) s'est depuis longtemps fait souffler la première place par Carrefour. Son offre manque désormais d'imagination, en dépit du partenariat mené avec Andreas Larsson, meilleur sommelier du monde 2007.

Ce grand rendez-vous des amateurs de vin vit donc une période charnière de reconstruction et d'adaptation. Le choix n'aura jamais été aussi important. Chacun pourra ainsi trouver le flacon qui lui convient, avec, à côté des grands noms rassurant de Bordeaux ou de Bourgogne, quelques pépites qui sortent des sentiers battus et rebattus par la grande distribution. Encore faut-il ne pas se perdre dans ce foisonnement d'offres. Dans ce dossier, nous sommes allés dénicher, enseigne par enseigne, les bouteilles à ne pas rater, quelles que soient vos envies. Bonne foire et belles découvertes.