



L'ENTRE-NEWS

La lettre aux viticulteurs #10

LES VENTES DE VIN SUR INTERNET

Elles ont progressé de 6,9 % en 2019. L'épisode de confinement lié au coronavirus pourrait soutenir une tendance en grande partie motivée par la quête de prix attractifs.

L'époque où les ventes de vin sur internet progressaient de 30 % par an est bel et bien révolue: c'est l'un des enseignements d'une étude réalisée par FranceAgriMer et le Comité national des interprofessions des vins à appellation d'origine et à indication géographique (CNIV). En 2019, les ventes de vins tranquilles et effervescents sur internet ont progressé de 6,9 %. Avec une valeur estimée à 500 millions d'euros, l'e-commerce de vin représente environ 10 % des ventes de vins en France. Ce circuit de distribution rivalise désormais avec les ventes au domaine et chez les cavistes (10 %), loin derrière les cafés, hôtels, restaurants (30 %) et la grande distribution (50 %). Cette dernière a également investi internet, où elle assure 22 % des ventes de vins, derrière les 35 % des « pure players » (Milésima, Vinatis, Windeandco) et devant les sites de ventes privées (17 %), tels que Veepee, Ventealpropriété ou bazarchic. Dans cet univers, la tendance est à la concentration, comme en témoigne la baisse annuelle de 10 % du nombre de sites en activité, au nombre d'environ 500 actuellement.

PRIX ATTRACTIFS ET QUÊTE D'INFORMATION

En 2019, un Français sur trois a acheté du vin sur internet et un sur deux était motivé par la quête de prix attractifs et d'offres promotionnelles. L'achat en ligne de vin est également fortement influencé par la volonté des consommateurs de s'informer, relève l'étude de FranceAgriMer et du CNIV. Selon une enquête réalisée par l'Association européenne des économistes du vin et par la Chaire vins et spiritueux de l'école de management Inseec U, 4,6 % des personnes interrogées ont réalisé leurs premières emplettes de vin sur internet pendant cette période. Si les commandes ont été plus nombreuses, le panier moyen s'en est ressenti, les acheteurs privilégiant des vins faciles à boire

plutôt que des grands crus. Il faut dire que le temps disponible, pour qui était rivé à son domicile, prêtait à explorer la planète viti-vinicole et à comparer les offres depuis son salon. Ou plus précisément depuis son smartphone.

DU E-COMMERCE AU M-COMMERCE

En effet, l'étude de FranceAgriMer et du CNIV révèle que 30 % des achats réalisés sur internet sont réalisés au moyen d'un téléphone mobile, quand le m-commerce (mobile commerce) se limitait à 10 % en 2013. Autre enseignement de l'étude: 40 % des millenials (20 à 40 ans) ont au moins une application dédiée au vin sur leur smartphone ou tablette. Une donnée parfaitement intégrée par les sites spécialisés qui rivalisent d'inventivité pour animer leur plateforme au moyen de chatbox (agents conversationnels), de vidéos de vignerons, de notations de vins par des œnologues et sommeliers ou encore d'avis partagés. La part croissante des ventes de vin sur internet, autant que sa cible (les néo-consommateurs) font de ce segment marché un univers très concurrentiel pour les opérateurs et non moins stratégique pour la filière, dans un contexte de déconsommation structurelle. Selon Vin & Société, 90 % des Français boivent moins de 10 verres d'alcool par semaine et 90 % ne consomment pas tous les jours. Le confinement n'a pas inversé la tendance. Selon Santé Publique France, 24 % des consommateurs de vins ont restreint leur consommation pendant la période de confinement, quand 11 % déclarent l'avoir augmentée. « Les Français se sont concentrés sur les achats de première nécessité alimentaire se détournant de la consommation plaisir faute de moments de convivialité et de partage entre amis ou en famille », souligne l'agence sanitaire. Une parenthèse, veut-on croire.

110 milliards d'euros

de prêts garantis par l'État ont été demandés par plus de 590 000 entreprises, professionnels et viticulteurs depuis leur lancement le 25 mars dernier

Source: Fédération Bancaire française, 2 juin 2020

DÉCRYPTAGE

Les professionnels, agriculteurs et viticulteurs font massivement appel aux prêts garantis par l'État, accordés par les banques, pour consolider leur trésorerie. Selon Bercy, 90 % des entreprises demandeuses sont des TPE. À l'échelle du Groupe Crédit Agricole, les demandes de PGE totalisaient début juin 26,296 milliards d'euros, pour 165 348 dossiers reçus. Sur ce nombre, le taux de réponses positives est particulièrement élevé, moins de 2,5 % des demandes n'étant pas jugées éligibles.



« QUAND LA CRISE SANITAIRE CONFINE... À LA RÉINVENTION »

Réunions familiales et amicales proscrites, bars et restaurants clos, salons professionnels annulés, œnotourisme à l'arrêt: l'épidémie de coronavirus porte un coup aussi dur que durable à la filière vitivinicole. La crise sanitaire a aussi généré quelques antidotes salvateurs.

J'AIME MON VIGNERON: L'ANNUAIRE DES E-VIGNERONS

Les vigneron disposant en propre d'une boutique d'e-commerce sont relativement peu nombreux. Le fait de disposer d'un site ouvre bien entendu de nouvelles perspectives commerciales, même si le site fait davantage office d'entremetteur entre le vigneron et les clients. Pour capter des prospects, les vignerons, comme n'importe quel intervenant sur internet, doivent en effet jouer des coudes pour accéder au sésame de la visibilité. C'est ce que plusieurs entreprises de la WineTech spécialisées dans la distribution de vin sur internet, ont eu la bonne idée de faire en créant la plateforme jaimemonvigneron.com. Pour déjouer la mévente liée à la fermeture de nombreux circuits de distribution, la plateforme recense, par



bassin de production, les vignerons disposant d'un site de vente en ligne en direct. La démarche a été initiée par la startup Les Grappes, spécialisée dans la vente de vin en ligne.

LA NOUVELLE PLACE DE MARCHÉ ALIMENTAIRE

loop

Fermeture des marchés, des restaurants, des cantines scolaires et d'entreprises: l'épidémie de coronavirus a désorganisé les circuits de distribution alimentaire et privé de

débouchés de nombreuses exploitations agricoles positionnées sur les circuits courts. Dans le même temps, le confinement de la population a stimulé la « cuisine maison », qui va souvent de pair avec la quête de produits frais et locaux. En réaction et en moins d'une semaine, le Groupe Crédit Agricole et son studio dédié à la création de Start-up (La Fabrique by CA) ont créé la place de marché Loop (loop-market.fr). Celle-ci assure la mise en relation des producteurs et des consommateurs. Il suffit aux premiers de s'inscrire gratuitement et en quelques clics sur la plateforme, avant d'y proposer leurs produits à la vente et aux seconds d'y faire leurs emplettes et de convenir du mode de retrait et de livraison, le tout dans le strict respect des règles sanitaires en vigueur. Loop s'inscrit en complément de l'initiative partenaire « jaimemonterritoire-ca.fr », réseau social d'entraide et de partage entre voisins et acteurs locaux du Groupe Crédit Agricole où les producteurs peuvent contacter ou solliciter leur communauté locale pour tous leurs autres besoins: don, recherche de main-d'œuvre ou encore partage d'actualités liées à l'exploitation.

SALON VIRTUEL MAIS DÉGUSTATIONS RÉELLES

hopwine 

La crise sanitaire va impacter la filière bien au-delà des huit semaines critiques de confinement. La preuve en est donnée avec les annulations en chaîne de salons professionnels, dont la relance dans les mois à venir est encore très hypothétique. Si les outils numériques ont permis d'abolir la distanciation physique entre employeurs et salariés, entre

producteurs, acheteurs et consommateurs, pouvaient-ils opérer en matière de dégustation de vin? La start-up française Vinovae a relevé le défi en organisant, en mai dernier, hopwine.com, un salon virtuel mais aux dégustations bien réelles.



Comment? Grâce aux Vinottes, des échantillons de 2 cl que l'entreprise conditionne, à partir de bouteilles de 75 cl que veulent bien lui confier les vignerons. Breveté, le concept de reconditionnement du vin, en bouteille en Pet sertie par une capsule à vis, est réalisé sous atmosphère inerte, préservant les propriétés organoleptiques du vin. Comme tout salon, Hopwine a permis de mettre en relation acheteurs et vignerons, sans occulter la dégustation, moyennant un léger différé lié aux délais de confection et d'expédition des Vinottes.



* Numéro non surtaxé. ** Accès gratuit hors coût de l'opérateur. Éditeur: Uni-médias, 22, rue Letellier, 75739 Paris Cedex 15 • Directrice de la publication: Nicole Derrien • Comité éditorial: Sophie Caron • Rédaction: Raphaël Lecocq • CRÉDIT AGRICOLE ALSACE VOSGES 1 place de la Gare 67000 Strasbourg, 437 642 531 RCS Strasbourg. Société coopérative à capital variable. Etablissement de crédit. Société de courtage d'assurances. Immatriculée à l'ORIAS sous le n° 07 008 967. Crédits photos: iStock / Adobe Stock. Imprimé à Epinal par l'imprimerie Socosprint en juin 2020.

RETROUVEZ-NOUS
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



TÉLÉPHONE
03 88 24 67 68 *

INTERNET
www.credit-agricole.fr/ca-alsace-vosges **


ALSACE VOSGES