



CAVE À VINS **99**

# DOSSIER

## BAG-IN-BOX®

**P. 102**  
LE TROIS LITRES  
PREND LA MAIN

**P. 103**  
PRIX : LECLERC RÈGNE  
SUR LE 5 LITRES

**P. 104**  
LE RAYON S'EMBALLE  
POUR L'ÉCO-  
CONCEPTION



**P. 106**  
UNE LEÇON  
DE SÉDUCTION

**P. 107**  
LA POCHE DÉCROCHE

**2,88 €**  
C'EST LE PRIX MOYEN  
AU LITRE DES VINS  
TRANQUILLES EN BIB®  
VENDUS EN HYPERS  
ET SUPERS SUR 12 MOIS  
ARRÊTÉS À FIN AVRIL 2021,  
SELON IRI.



# CAP SUR LA VALORISATION

À l'heure où le Bag-in-box® trône plus de 40 % des volumes de vins tranquilles commercialisés en GMS, les initiatives pour valoriser le format se multiplient. Plus petites contenances, nouveaux packs et jolies cuvées, les intervenants font feu de tout bois.

▼ Rares sont les succès-stories au rayon des vins tranquilles. Incontestablement, l'ascension du Bag-in-box® en est une. Au point de représenter 43 % des quantités commercialisées en hypers et supers sur 12 mois arrêtés à fin avril 2021 selon IRI. Seul bémol : en dépit des volumes écoulés, les Bib® ne rapportent pas gros en termes de chiffre d'affaires. Statistiques à

l'appui, Éric Marzec, directeur de clientèle univers liquides chez IRI, en fait la démonstration : « Un litre de vin vendu dans cet emballage est 39 % moins cher qu'un litre de vin classique en GMS », rapporte-t-il. Ceci tient notamment à la composition de l'offre puisque les indications géographiques protégées (IGP) s'accaparent les deux tiers des sorties du format contre 21 % pour les appellations

d'origines protégées (AOP). « Au vu de son poids actuel, c'est le bon moment pour se pencher sur la valorisation de cette offre », estime l'analyste.

Valoriser la fontaine-à-vin ? La croissance du format trois litres, dans lequel sont majoritairement conditionnées les AOP, marque incontestablement un pas dans cette direction (cf. article dans ce dossier). Parallèlement, les

Pays : FR  
Périodicité : Mensuel  
OJD : 3868

intervenants fourmillent d'initiatives et de projets. « Nous déployons aujourd'hui trois niveaux d'offre, entrée, milieu et haut de gamme, sur notre marque Cellier des Dauphins, indique James Fuselier, directeur marketing et communication du Cellier des Dauphins. Nous jouons sur nos différentes cuvées, les dénominations AOP et IGP ainsi que sur les formats 5, 3 et 2,25 litres. Dans ce dernier, nous proposons notre cuvée Réserve en côtes-du-rhône, en conventionnel et en bio. Avantage de ce format : il permet de préserver une certaine accessibilité tarifaire lorsque l'on monte en gamme, notamment avec des cuvées spécifiques ou des vins bio. »

## CONVAINCRE LES DISTRIBUTEURS

Pour cette raison, de nombreux projets s'intéressent à cette contenance ainsi qu'aux autres petits formats. Auchan l'a en tête pour développer des AOP et des vins bio en Bib®. Carrefour a déjà fait le chemin avec une gamme de huit références d'IGP et d'AOP dont cinq sont labellisées AB. Terre de Vignerons est, de son côté, en réflexion : « Nous songeons à ce litrage pour notre marque d'IGP atlantique Daguet de Berticot en bio, annonce Chloé Maixandau,

## VERBATIM

### OLIVIER MERLEVÈDE CHEF DE GROUPE CAVE D'AUCHAN RETAIL FRANCE

« Au cours de notre foire aux vins de printemps 2021, nous avons proposé une sélection de Bib®. Cette initiative a eu du succès. Nous avons donc décidé de récidiver lors de notre foire aux vins d'automne. Pour la première fois, nous présentons une sélection d'une vingtaine de Bib® destinés à couvrir tous les besoins. »



responsable marketing et communication de Terre de Vignerons. Nous réfléchissons en outre au lancement d'un Bib® contenant deux fois 1,5 litre sur notre signature d'AOP côtes-de-duras Berticot. » Le design du pack constitue un autre levier de valeur ajoutée. « Notre Bib® d'AOP buzet Côté Terrasse, lancé l'an passé, repose sur un univers visuel très graphique et contemporain, dépeint Sébastien Bourguignon, directeur marketing des Vignerons de Buzet. Ce travail nous a permis de le proposer à un prix supérieur à celui du reste de notre gamme. »

Les Vignerons Ardéchois font, pour leur part, le choix de présenter leurs plus belles cuvées dans des fontaines-à-vins aux formes originales. « Nous avons commencé avec notre signature de vin d'IGP ardèche bi-cépages Les Villages de Caractère dans un Bib® cubique de trois litres », annonce Philippe Dry, directeur. Dans cette même forme, Maison Jeanjean a décliné sa célèbre marque d'AOP corbières Castelmaure en outre de trois litres. « Grâce à sa notoriété, elle se prévaut d'un PVC plus élevé que les autres marques du marché dans cette catégorie », affirme Sophie Talbot, directrice générale adjointe.

Des lancements ex nihilo vont aussi dans le sens de la valorisation. 360°, la nouvelle offre de Loire Propriétés en IGP Loire, en fait partie. Joliment habillée dans un pack de trois litres, elle affiche un prix de vente supérieur de 20 % à la moyenne de l'IGP. Toutefois, pour Bruno Prévot, directeur commercial de cette union de caves coopératives, les initiatives actuelles manquent de place pour s'exprimer. « Le rayon Bib® est sous-proportionné par rapport à son poids dans les ventes », relève-t-il. Les MDD, qui préemptent les deux tiers des sorties, occupent une bonne partie de l'espace. Qui plus est, pour une partie des distributeurs, le Bib® reste avant tout un conditionnement économique. Reste à les convaincre du contraire.

CHANTAL SARRAZIN

# TABLEAU DE BORD

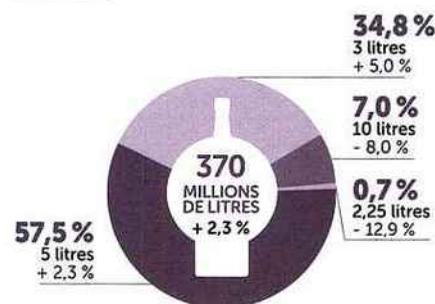
## LE MARCHÉ EN GMS

Source : IRI

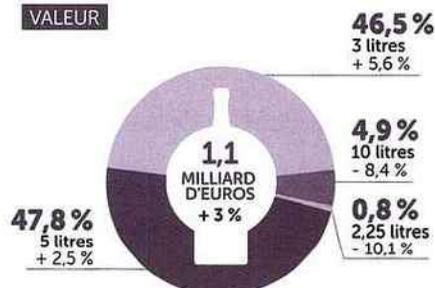
RÉPARTITION PAR FORMAT DES VENTES DE BIB® EN HYPERS ET SUPERS DU 27 AVRIL 2020 AU 25 AVRIL 2021.

Évolutions des ventes à un an.

### VOLUME



### VALEUR



## Le format 10 litres en berne

Les ventes des Bib® 10 litres ont plongé de - 8 % en volume et d'autant en valeur en hypers et supers selon IRI. Ce conditionnement a vraisemblablement pâti de la fermeture des restaurants, principaux acheteurs de ce format, durant les périodes de confinement. Mais également de la limitation des rassemblements et de l'arrêt des réunions sportives et associatives au cours de cette période.



## ZOOM SUR LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES PROTÉGÉES

Source : IRI

RÉPARTITION PAR FORMAT DES VENTES DE BIB® D'IGP CÉPAGES ET D'IGP STANDARD EN HYPERS ET SUPERS  
 DU 27 AVRIL 2020 AU 25 AVRIL 2021.

Évolutions à un an.



### Les IGP standard progressent dare-dare

Avec des ventes en hausse de + 4,7 %, les IGP standard en Bag-in-box® affichent une croissance nettement supérieure aux IGP cépages (+ 2,1 % tous formats confondus). La dynamique des IGP standard est également plus importante que celle des Bib® de vins sans indication géographique (+ 0,7 %) et des AOP (+ 2,6 %).

## LES CONSO À LA LOUPE

Source : Kantar

STATISTIQUES D'ACHATS DES BIB® PAR LES FOYERS FRANÇAIS EN 2020.

### Toujours plus de foyers acheteurs

Le pourcentage de foyers ayant acheté des Bag-in-box® en 2020 a progressé d'un point par rapport à l'année précédente, soit 23,3 %. Selon Kantar, ce sont les moins de 35 ans et les 50-64 ans qui ont le plus augmenté leurs achats durant cette période. À noter également que les quantités achetées par acte ont également bondi en 2020, signe de l'appétence des ménages pour ce type de conditionnement.



Quantités achetées par foyer  
(en eq. col)  
**68,4**



Quantités achetées par acte  
(en eq. col)  
**7**



Fréquence d'achat  
**9,8**