



La Foire Aux Vins (FAV) est un évènement incontournable de la grande distribution française. Elle est même pour certaines enseignes une opportunité de communiquer et appuyer son (re)positionnement.



En **2016**, la FAV représentait **385,4 millions d'euros** en **HM+SM**, soit 6,7% du CA annuel au Cumul Annuel Mobile à P10 2016.

L'opération pesait 5,1% des volumes et a permis d'écouler **57,1 millions de litres**.

La FAV 2016 régresse de 3,8% en ventes valeur et de 3,3% en volume au total HMSM (vs 2015). Cette sous-performance est notamment due à une offre réduite vis-à-vis de l'année dernière (-6,5%).

Les points de ventes Hyper (> à 2500m²) pèsent 75% des ventes HMSM de la FAV 2016 (vs 62% hors FAVs).

Ces magasins enregistrent une baisse modérée de leur CA sur cette période (-1,3%).

Ce sont les Supers (de 400 à 2500m²) qui freinent le marché avec des ventes valeur en chute de 10,4%.

En termes de consommation, l'offre FAV est majoritairement composée de Rouges. Ce constat historique a tendance à se réduire, l'offre de Rouges étant diminuée au profit des Rosés notamment.

On observe ainsi des Rosés en progression valeur de 14,1% et des Rouges en régression de 7,8% ce qui impacte les performances des vins Rouges cette année.

Le prix de la demande sur cette FAV 2016 se monte à 6,8 € tandis que le prix de l'offre s'élève à 8,8 €.

L'offre proposée est donc légèrement plus valorisée que ce que le shopper est prêt à dépenser. Il s'agit en réalité d'un choix stratégique des distributeurs, visant à valoriser l'offre en magasin.

La FAV 2017 pourrait réserver quelques (bonnes) surprises. De nombreuses enseignes ont en effet décidé de modifier leurs dates d'opérations.

Leclerc et Carrefour ne seront plus en frontal cette année, ce qui devrait profiter aux deux distributeurs.

Par ailleurs, Intermarché et Carrefour Market verront leur FAV prolongée d'une semaine cette année.

En outre, les vins tranquilles progressent de +1,4% en valeur depuis le début de l'année (contre +0,4 % en 2016).

Les FAV 2017 peuvent ainsi démarrer sous de meilleurs auspices que l'an dernier.

Contour de l'étude :

Hypermarchés et Supermarchés de plus de 400 m²

Produits : Vins tranquilles + Mousseux + Boissons à Base de Vin (BABV) + Champagne + Apéritifs à base de vin.

Période Foires Aux Vins : sont prises en compte uniquement les deux premières semaines de l'OP d'automne.

Pourquoi choisir IRI ?

Plus rapide : Des réponses en quelques secondes et non pas en quelques jours ou semaines. Grâce à IRI Liquid Data et IRI Liquid Modelling, seul IRI peut offrir des temps de réponses en temps quasi-réel.

Plus précis : Parce que les erreurs peuvent avoir des conséquences importantes, les algorithmes et les méthodologies d'analyses prescriptives IRI identifient et quantifient les actions et les opportunités.

Reconnue : Une expertise unique de plus de 30 ans dans l'intégration et l'exploitation de la plus grande base intégrée des Produits de Grande Consommation.

Fiable : 95 % des entreprises les plus importantes du secteur des Produits de Grande Consommation, santé et beauté (classement Fortune 500), utilisent les données IRI.

Certifié : *Analytics Center of Excellence – ACE* : le plus grand centre d'analyse marketing en Europe, certifié ISO.

POUR PLUS D'INFORMATION

Contactez **Eric Marzec** Eric.Marzec@iriworldwide.com

A propos d'IRI

IRI, le leader mondial dans les domaines du big data, des analyses prédictives et des études prospectives, guide les entreprises du secteur des PGC, de la parapharmacie, les distributeurs et les médias, dans leur croissance. Disponible à la demande, la plus grande base de données intégrées, (panels, cartes de fidélité et médias), est supportée par une technologie exclusive hébergée dans le cloud. IRI accompagne plus de 5000 clients à travers le monde, dans leurs prises de décisions stratégiques, pour gagner en part de marché, répondre aux besoins des consommateurs et délivrer de la croissance. www.IRIworldwide.com

4, rue André Derain, 78 244 Chambourcy Cedex, +33 (0)1 30 06 22 00



Copyright © 2017 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners.

