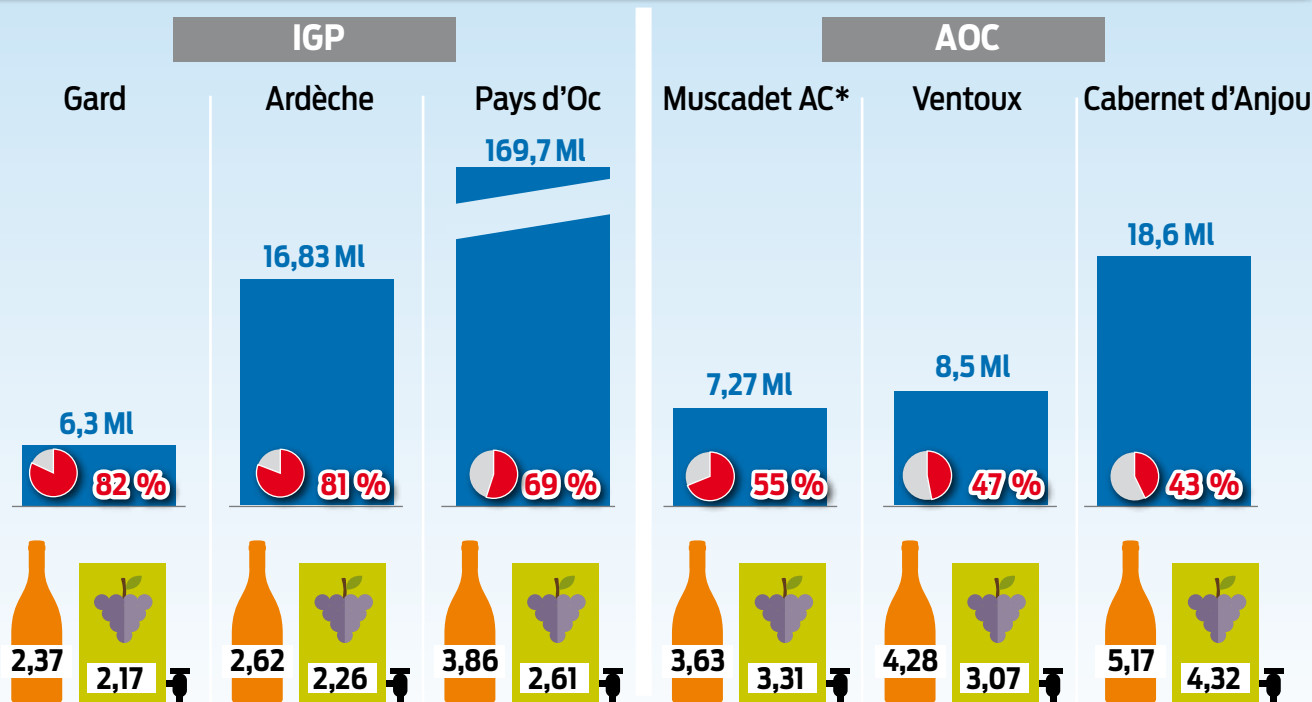


Ils ont fait le choix du Bib

Plusieurs IGP et AOC réalisent une part très importante de leurs ventes en grandes surfaces en Bib. Distributeurs et négociants ont misé sur ce contenant pour écouler des volumes à des prix attractifs pour les consommateurs.

Six dénominations très dépendantes du Bib

■ Volume total vendu en GD (millions de litres) ● % du volume vendu en Bib 🍷 Prix moyen de la bouteille 75 cl (€/l) 🍷 Prix en Bib (€/l)



Réalisant plus de 80 % de leurs ventes en grandes surfaces en Bib, les IGP Gard et Ardèche sont proportionnellement les plus distribuées dans ce contenant. L'IGP Pays d'Oc pour sa part détient le record des quantités vendues en fontaines à vin en GD. Si le Bib a l'avantage d'écouler du volume, la valorisation pêche. Selon les dénominations, le prix moyen de vente en Bib est en effet inférieur de 8 à 30 % au prix moyen en bouteille.

Source : interprofessions. (*) Les données ne concernent que le muscadet AC, appellation régionale. Les communales et les crus ne peuvent pas être conditionnés en Bib.

Le Bib représente 39 % du volume des vins tranquilles vendus en grande distribution en un an, arrêté à fin avril 2017, selon le panéliste IRI, soit 370 millions de litres sur un total des ventes de 950 millions toutes origines, catégories et couleurs confondues. Pour certaines dénominations, ce conditionnement pèse bien plus lourd.

Cas de figure emblématique, l'IGP Pays d'Oc. Le Bib a ainsi représenté 69 % de ses ventes en grande et moyenne surface (GMS) au cours de la période, soit 116 millions de litres ! Ce qui fait de cette IGP la

championne des ventes dans ce format, en grandes surfaces, tous vins tranquilles confondus. Avec une nette prédominance pour le format de 5 litres qui représente 58 % des ventes de l'IGP.

Pour d'autres vignobles, la part de cet emballage est encore plus importante. Elle atteint ainsi 81 % des 13 millions de litres commercialisés par l'IGP Ardèche. Même combat pour l'IGP Gard dont 82 % des ventes (5,2 millions de litres) sont englouties par le Bib. Quant à sa voisine l'IGP Hérault, elle réalise 71 % de ses ventes dans des fontaines à vin, soit 11,7 millions de litres. Tout comme l'IGP Méditerranée, avec

7 millions de litres en Bib, essentiellement dans la couleur rosé. « Bon nombre d'IGP standard et de cépage ont épousé la cause du Bib, observe Jean-Marc Parsat, responsable des achats de la société de négoce Parsat, spécialisée dans le Bib. Elles disposent d'un volume significatif à des prix abordables. Or, ce sont les deux éléments indispensables au développement d'une offre en Bib. »

Autre point commun à ces dénominations, elles sont fortement liées aux marques de distributeur telles que Marque Repère de Leclerc, Augustin Florent de Carrefour ou encore Pierre Chanau

d'Auchan. Ces marques réalisent plus des deux tiers des ventes de l'IGP Pays d'Oc en grande distribution. « Elles sont à l'origine de l'essor du Bib, commente un négociant languedocien. Ce contenant leur a en effet permis de proposer une offre de vin économique à leurs clients. » Les grands négociants ont suivi le mouvement. Roche Mazet par exemple, la signature de Pays d'Oc de la Société du vin de France (groupe Castel), vend plus de la moitié de son volume en Bib. Tous ces choix ont nettement contribué à la croissance des Pays d'Oc en grande distribution au cours de ces dernières années.

Revers de la médaille, le Bib affiche une valorisation moindre que celle de la bouteille.

Pour le Pays d'Oc, l'écart est important. En Bib, cette dénomination se vend au prix moyen de 2,61 €/l alors qu'en bouteille de 75 cl, elle atteint 3,86 €/l, soit 32 % de moins pour la fontaine à vin. Voilà qui ne va pas dans le sens de la montée en gamme prônée par les professionnels du label occitan. « Nous vendons tout de même l'équivalent de 48 millions de litres en bouteille de 75 cl. C'est quasiment autant qu'une appellation phare comme les Côtes-du-Rhône. Ce n'est donc pas anodin », relativise Florence Barthes, directrice d'Inter Oc.

Aux côtés des IGP, une poignée d'AOC fait aussi très bon ménage avec la fontaine à vin ou carton-oultre. On les trouve notamment dans le val de Loire. L'appellation Cabernet d'Anjou réalise ainsi 43 % de ses ventes en Bib. Une part qui monte à 55 % pour le Muscadet AC. « Rien d'étonnant à cela, selon un metteur en marché ligérien. L'ouest de la France est une région fortement consommatrice de Bib. Notre offre s'est donc adaptée à cette demande. »

Comme dans le cas des IGP, les marques de distributeur et les marques des grands négociants participent largement à ces résultats. Plessis-Duval, le cabernet-d'anjou du groupe Castel, est ainsi commercialisé à 40 % en Bib. Pour Roches-Linières, le muscadet AC du même négociant, c'est 58 %.

Autre appellation surreprésentée en Bib : le Ventoux

pour qui ce format représente 47 % des quantités commercialisées en grande distribution. « Il s'agit du vignoble le plus important en volume derrière l'appellation Côtes-du-Rhône. Et c'est aussi l'un des plus abordables de la vallée du Rhône, souligne



LE BAG-IN-BOX représente une part des volumes vendus en grandes et moyennes surfaces de plus en plus conséquente pour certaines IGP et AOC. © C. FAIMALI/GFA

un analyste. Les distributeurs ont donc choisi de le développer dans ce contenant. Il joue le rôle d'entrée de gamme dans leurs rayons dédiés à la vallée du Rhône. »

Dans le Languedoc-Roussillon, l'AOP régionale Languedoc a également embrassé ce format, mais essentiellement pour le rosé. Sur les 2,7 millions de litres commercialisés par l'appellation dans cette couleur, 57 % sont partis en Bib. « C'est la combinaison de plusieurs facteurs, explique un intervenant régional. D'abord, l'engouement des consommateurs pour les rosés a poussé les opéra-

teurs à doper leur offre dans cette couleur. Ils se sont donc tournés vers la jeune appellation régionale pour l'étendue de son bassin d'approvisionnement. Puis, le Bib étant bien adapté à la consommation des vins rosés, ils ont privilégié ce format. » C'est aussi l'orientation de l'IGP Sable de Camargue, majoritairement élaborée en rosé, et dont 54 % des ventes s'opèrent en Bag-in-Box.

Comme les IGP, les AOC souffrent d'une moins bonne valorisation en Bib qu'en bouteilles.

Le ventoux passe ainsi de 4,28 €/l en

bouteille à 3,07 €/l en Bib, soit un écart de 28 %.

Au début de l'essor de ce contenant, des experts en marketing conseillaient aux producteurs de vendre leurs vins en Bib plus cher qu'en bouteille au prétexte qu'il offrait des services (plus besoin de tire-bouchon et parfaite conservation des vins entamés) qu'il fallait valoriser. Force est de constater que ce message n'est pas passé et que le vin n'échappe pas à la loi selon laquelle il faut offrir des prix attractifs pour vendre en grande quantité.

CHANTAL SARRAZIN

Les VSIG ont encore de la marge

Le Bib représente 46 % des ventes de vins sans indication géographique en volume dans les hyper et super à fin avril 2017 (en cumul annuel mobile), selon IRI. C'est plus que la moyenne du total des vins tranquilles. Mais, c'est moins que les IGP de cépage, qui réalisent 67 % de leurs sorties dans ce format, et que les IGP standards, qui sont à 63 %. D'après les analystes, les VSIG peuvent donc encore progresser sur ce segment. Ce mouvement devrait aller d'autant plus vite que les grands négociants poussent le Bib au détriment de la quadrette, à savoir le pack de quatre bouteilles de 75 cl.

Une petite boîte qui monte

Entre 2010 et 2016, les ventes de vins tranquilles en grande distribution ont reculé de 10,4 à 9,5 millions d'hectolitres. À contre-courant de cette évolution, les ventes en Bib sont passées de 2,6 à 3,7 millions d'hectolitres, selon les chiffres de Symphony IRI diffusés par FranceAgriMer, soit une hausse de 33 %. Durant la même période, la valeur des ventes en Bib est passée de 560 millions d'euros à 984 millions d'euros, soit un bond de 75 %. Résultat de ces évolutions, le prix moyen au litre est passé de 2,30 € à 2,66 € (+ 16 %). Une hausse qui reste inférieure à celle de tous les vins confondus dont le prix moyen est passé de 3,59 €/l à 4,40 €/l (+ 22 %) entre 2010 et 2016.